MANUEL DE CAMPAGNE
ÉDITION 2014

Coordonnée par :
le Comité Français pour la Solidarité Internationale
www.cfsi.asso.fr

Dans le cadre de :
2014 Année internationale de l'agriculture familiale
La France s'engage

Avec le soutien de :
afd Agence Française de Développement

En partenariat avec :
Alternatives Economiques
biocoop
La Semaine de la solidarité internationale
www.lasemaine.org

Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement.

TABLE DES MATIERES

PARTIE 1 – POURQUOI CETTE CAMPAGNE ? 1

PARTIE 2 – A NOUS DE JOUER ! 7

PARTIE 3- FICHES TECHNIQUES 17

CONTENU

EDITO **2**

POURQUOI UNE ANNEE INTERNATIONALE DE L'AGRICULTURE FAMILIALE ? **3**

CAMPAGNE MONDIALE POUR L'ANNEE INTERNATIONALE DE L'AGRICULTURE FAMILIALE 3
DECLARATION DES NATIONS UNIES 3
ENGAGEMENT DE LA FRANCE DANS L'AIAF 4
LA CAMPAGNE ALIMENTERRE ET L'AIAF 5

QU'EST-CE QUE L'AGRICULTURE FAMILIALE ? **5**

POURQUOI PROMOUVOIR LES AGRICULTURES FAMILIALES ? **5**

EDITO

2014 : Année internationale de l'agriculture familiale …

Le concept laisse rêveur. Qu'est-ce donc que l'agriculture familiale ? Y-a-t-il une définition précise ? Y-a-t-il une ou des agricultures familiales ? Pourquoi une telle valorisation internationale ?

Tapons « agriculture familiale » sur un moteur de recherche sur internet. L'intérêt du sujet saute aux yeux : la FAO (Organisation des nations unies pour l'agriculture et l'alimentation), le Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt français, le CIRAD (Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement) ou le FIDA (Fonds international de développement agricole).sont mobilisés fortement sur la thématique.

En navigant sur les sites, des chiffres marquants ressortent :

- 2.6 milliards d'agriculteurs familiaux dans le monde, soit 37 % de la population mondiale[1] ;
- 500 millions d'exploitations agricoles dans le monde relèvent de ce modèle ;
- 40 % des actifs dans le monde sont employés par l'agriculture familiale ;
- 70 % des produits alimentaires consommés sont issus de l'agriculture familiale et sont échangés tant sur les marchés locaux qu'internationaux ;
- 30 % des ressources agricoles mondiales sont utilisées par l'agriculture familiale (contre 70 % par les filières industrielles)[2] ;
- plus de 50 % de la population active en Afrique et en Asie est employée par l'agriculture familiale mais seulement 5 % en Amérique du Nord et en Europe.

L'agriculture familiale a donc un poids économique et social très important dans le monde, notamment dans les pays en développement et contribue à l'alimentation d'une grande partie des habitants de la planète.

Parallèlement, d'autres chiffres planent :

- 842 millions de personnes souffrent encore de la faim[3] ;
- 1 habitant sur 5 est sous-alimenté sur le continent africain[4] ;
- plus d'un adulte sur dix en France vit dans un foyer en situation d'insécurité alimentaire pour raisons financières ;
- 50 % des personnes sous-alimentées sont des agriculteurs ou des ouvriers agricoles, producteurs de nourriture et 80 % sont des ruraux.

Pourtant, la production alimentaire mondiale est largement suffisante. La faim est avant tout la conséquence de la pauvreté qui prive ses victimes des moyens d'acheter les aliments nécessaires ou d'accéder aux moyens de productions (foncier, eau, etc.).

Face à tous ces constats, la promotion de l'agriculture familiale au niveau mondial, via une année internationale, paraît évidente. Soutenir les agricultures familiales permet de répondre à trois grands défis globaux : l'alimentation de tous, l'emploi et la réduction de la pauvreté et la gestion des ressources naturelles.

Depuis 2000, la campagne ALIMEN**TERRE** défend le rôle central de l'agriculture familiale pour nourrir le monde, protéger durablement l'environnement, renforcer la cohésion du tissu social, tout en permettant aux producteurs de vivre dignement[5].

La campagne ALIMEN**TERRE** 2014 a donc toute sa place dans cette année internationale. A nous de jouer pour qu'elle contribue à la valorisation de l'agriculture familiale et aux réflexions sur les défis alimentaires futurs.

A vos assiettes !

[1] CIRAD
[2] http://www.etcgroup.org/sites/www.etcgroup.org/files/Food%20Poster_FR%20.pdf
[3] FAO - 2013
[4] FAO - 2013
[5] http://www.alimenterre.org/page/charte-agriculture-familiale-durable-service-d%E2%80%99-alimentation

ALIMENTERRE : UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION SUR LES ENJEUX AGRICOLES ET ALIMENTAIRES

Les objectifs généraux de la campagne ALIMEN**TERRE** 2014 sont inchangés :

- informer sur l'état actuel de la faim dans le monde, (ses paradoxes, ses causes économiques, sociales et politiques) et l'enjeu de nourrir le monde demain ;
- faire valoir le Droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de soutenir une agriculture familiale, viable et durable ici et là-bas ;
- sensibiliser chacun à ses responsabilités de citoyen et à ses possibilités d'agir par ses choix de consommation et de vote.

Cette année, l'angle d'attaque de la campagne nous invite à réfléchir aux enjeux de l'agriculture familiale dans le monde.

POURQUOI UNE « ANNEE INTERNATIONALE DE L'AGRICULTURE FAMILIALE » ?

Les organisations de la société civile ont obtenu, après une longue campagne de promotion, que l'année 2014 soit décrétée « Année internationale de l'agriculture familiale - AIAF » par l'Assemblée Générale de l'Organisation des Nations Unies (ONU) en 2011.

Campagne mondiale pour l'Année internationale de l'agriculture familiale

Le Forum Rural Mondial est à l'initiative de la campagne mondiale pour la déclaration, par les Nations Unies, de l'AIAF. Cette campagne a été soutenue par plus de 360 organisations de la société civile, des femmes et des hommes agriculteurs, ainsi que des institutions.
http://www.ruralforum.net/default.asp?id=fr

Elle a débuté en 2008 à Rome, après la conclusion du Forum Paysan, promu par le FIDA (Fonds international de développement agricole). La campagne s'est déroulée à différents niveaux, sous l'impulsion du secrétariat du Forum Rural Mondial, et a tenté de rassembler le plus grand nombre possible d'organisations, accordant leur soutien officiel à la campagne. Celles-ci ont été impliquées, en fonction de leurs possibilités, à diverses étapes de la coordination et du déroulement de la campagne. L'adhésion des gouvernements à l'initiative a été également recherchée, puisque que les propositions doivent être formulées aux Nations Unies par le niveau gouvernemental.

Pour les 360 organisations du monde entier soutenant la campagne en faveur de l'AIAF, cela a constitué une occasion unique de demande de mesures visant à assurer, à moyen et à long terme, un développement prospère et durable de l'agriculture familiale et, par conséquent, des milieux ruraux sur tous les continents.

La démarche a été fondée sur une approche positive et dynamique. Il s'agissait de montrer à la société civile et à l'ensemble des institutions, non seulement les défis et les difficultés de l'agriculture à l'échelle familiale, mais également sa contribution réelle et potentielle à l'alimentation mondiale, à la lutte contre la pauvreté et à la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement.
http://www.familyfarmingcampaign.net/fr/aiaf2014/campagne

Déclaration des Nations Unies

Fin 2011, l´Assemblée Générale de l'Organisation des Nations Unies (ONU) a déclaré l'année 2014 comme Année internationale de l´agriculture familiale (AIAF), après un vote et la campagne mondiale de la société civile en sa faveur (2008 à 2011).

Après la déclaration de l'ONU, la FAO (Organisation des Nations Unies pour l'agriculture et l'alimentation) a assumé la responsabilité d'organiser le programme officiel de l'AIAF 2014, en collaboration avec d'autres organisations des Nations Unies. Afin de préparer les activités du programme officiel, le Comité international de pilotage de l'AIAF-2014 a été créé, composé de

12 représentants des états membres, ainsi que des représentants d'institutions et de la société civile.

En concertation avec le programme officiel, la société civile développe son propre programme.

L'AIAF 2014 vise à rehausser l'image de l'agriculture familiale et de la petite agriculture en focalisant l'attention du monde entier sur leur contribution significative à l'éradication de la faim et de la pauvreté, à l'amélioration de la sécurité alimentaire, de la nutrition et des moyens d'existence, à la gestion des ressources naturelles, à la protection de l'environnement et au développement durable, en particulier dans les zones rurales. L'objectif de l'AIAF 2014 est de remettre l'agriculture familiale au centre des politiques agricoles, environnementales et sociales dans les programmes d'action nationaux, en identifiant les lacunes à combler et les opportunités offertes afin de favoriser la transition vers un développement plus équitable et plus équilibré. L'AIAF 2014 favorisera le débat et la coopération aux niveaux national, régional et mondial, pour faire mieux connaître et comprendre les défis qu'affrontent les petits exploitants et aider à identifier des moyens efficaces pour soutenir l'agriculture familiale.
http://www.fao.org/family-farming-2014/fr/

Engagement de la France dans l'AIAF

Les autorités françaises ont décidé de participer activement à cette année internationale et de soutenir des initiatives internationales susceptibles de créer un environnement national et international permettant aux agricultures familiales d'exprimer tout leur potentiel de développement durable et inclusif. Les Ministères de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt (MAAF) et des affaires étrangères (MAE), sont responsables de l'action du gouvernement français dans le cadre de l'AIAF. Un lancement officiel de l'année en France a eu lieu le 18 décembre 2013 à Paris.

Une déclaration ministérielle en faveur de l'agriculture familiale a été adoptée, à l'initiative de Stéphane Le Foll, le 25 février 2014, par des ministres de l'agriculture étrangers sur le salon international de l'agriculture. Cette déclaration a pour ambition de faire reconnaître aux décideurs politiques des pays du Nord comme du Sud la nécessité de mettre en place des politiques publiques adaptées, capables de créer un environnement favorable au développement des agricultures familiales, qui nourrissent 70 % de la population mondiale.

Un document a été édité afin de diffuser la position de la France sur l'agriculture familiale :
http://www.alimenterre.org/sites/www.cfsi.asso.fr/files/ministere-agriculture-familiale.pdf

En concertation avec les activités de l'état, la société civile française est fortement mobilisée sur l'AIAF 2014. Un comité français de suivi de l'AIAF a été mis en place, animé par Henri Rouillé d'Orfeuil, avec les participants suivants :

- Ministère de l'agriculture, l'agroalimentaire et la forêt (MAAF) ;
- Ministère des Affaires étrangères (MAE) ;
- Agence française de développement (AFD) ;
- CIRAD ;
- Conseil régional de Bretagne ;
- AFDI et les Jeunes agriculteurs ;
- Confédération paysanne ;
- AVSF ;
- Fondation de France.

Le comité français de suivi de l'AIAF a décidé de créer un Observatoire des initiatives françaises de l'AIAF pour faire connaitre ces événements décentralisés, en présenter une cartographie et une chronologie, et se donner les moyens de capitaliser les travaux, réflexions et analyses qui vont couvrir le très large spectre des thèmes qui concernent les agricultures familiales et qui vont être abordés tout au long de l'année 2014. Enfin, l'Observatoire permettra de recueillir les recommandations issues de ces initiatives qui, au-delà de 2014, vont pouvoir orienter les actions de défense et de promotion des agricultures familiales.
http://www.aiaf.resolis.org/

La campagne ALIMENTERRE et l'AIAF

La campagne ALIMEN**TERRE**, promouvant une agriculture familiale durable au service d'une alimentation pour tous, s'est inscrite naturellement dans le cadre des initiatives françaises de l'AIAF. Elle est recensée parmi les initiatives :
http://aiaf.resolis.org/fiche-initiative/campagne-alimenterre/18

QU'EST-CE QUE L'AGRICULTURE FAMILIALE ?

Les agricultures du monde sont variées, à l'image des milieux naturels qu'elles exploitent, et sont avant tout le fruit de l'histoire (agraire, culturelle et sociale) propre à chaque territoire. L'agriculture familiale fait partie de ces agricultures.

L'agriculture familiale est souvent confondue avec une agriculture de subsistance, avec de petites exploitations, avec des structures sans autre main d'œuvre que celle de la famille.

D'après le CIRAD, pour caractériser les agricultures familiales, une première option consisterait à prendre en compte la taille de l'exploitation. Ainsi, pour les 81 pays dont les données sont disponibles :
- 72 % des exploitations utilisent moins de 1 hectare ;
- 85 % ont moins de 2 hectares ;
- 94 % moins de 5 hectares.

Mais la taille est un critère trop dépendant des contextes locaux et nationaux. Une exploitation de 20 hectares en France est considérée comme très petite, alors qu'elle peut être vue comme très étendue dans le contexte africain par exemple.

Pour le CIRAD, il est plus intéressant de considérer des critères de fonctionnement. Selon ces critères, une exploitation familiale est d'abord une exploitation dans laquelle :
- seuls travaillent à plein temps les membres de la famille : ils ne sont pas liés par des rapports de salaire, mais par des liens domestiques. Le travail crée des liens forts entre la famille et l'exploitation ;
- une partie de la production est consommée par la famille elle-même : les agricultures familiales alimentent, certes, les marchés, mais l'autoconsommation est aussi un produit de ce travail ;
- le capital est familial : il est indissociable du patrimoine familial.

D'après les organisations ayant promu la nomination d'une année internationale de l'agriculture familiale, ce modèle agricole se caractérise par un lien privilégié entre l'activité économique et la structure familiale. Ce lien influence la prise de décision en matière de choix des activités, d'organisation du travail et de gestion du patrimoine. Cadre de l'activité familiale, l'exploitation fournit un revenu permettant d'assurer la subsistance du groupe et représente un patrimoine dont la transmission apparaît un objectif essentiel des stratégies de reproduction du groupe familial.

Le modèle d'agriculture familiale se distingue du modèle agro-industriel caractérisé par un capital de production détenu par des actionnaires ou des propriétaires absents de l'exploitation, un management et une main d'œuvre salariée.

POURQUOI PROMOUVOIR LES AGRICULTURES FAMILIALES ?

L'agriculture familiale :
- produit 70 % des aliments consommés dans le monde ;
- utilise 30 % des ressources agricoles mondiales (terre, eau, outils)[6] ;
- utilise moins de 25 % de l'ensemble des terres agricoles[7] ;
- cultive ou élève des milliers d'espèces végétales ou animales ;

[6] http://www.etcgroup.org/sites/www.etcgroup.org/files/Food%20Poster_FR%20.pdf
[7] http://www.grain.org/fr/article/entries/4960-affames-de-terres-les-petits-producteurs-nourrissent-le-monde-avec-moins-d-un-quart-de-l-ensemble-des-terres-agricoles

- occupe 40 % des actifs dans le monde.

En parallèle, l'agriculture industrielle :
- produit 30 % de tous les aliments consommés dans le monde ;
- utilise 70 % des ressources agricoles mondiales (terre, eau, outils) ;
- utilise plus de 70 % de l'ensemble des terres agricoles ;
- cultive ou élève moins d'une centaine d'espèces végétales ou animales ;
- contrôle la quasi-totalité des échanges alimentaires internationaux (c'est à dire 15 % des aliments produits dans le monde).

Dans grand nombre de contextes et de conditions de production, du fait de leur multifonctionnalité, les agricultures familiales sont un acteur incontournable pour le développement en permettant de :
- **créer des emplois** : la flexibilité de l'inclusion totale ou partielle de la main d'œuvre familiale permet d'alterner les activités agricoles et non agricoles sans perdre les attaches avec l'exploitation familiale. Dans les contextes de forte croissance démographique et d'alternatives d'emploi limitées, notamment dans les villes, l'agriculture familiale peut jouer un rôle majeur dans l'insertion économique des jeunes actifs d'origine rurale ;
- **réduire la pauvreté** : en matière de lutte contre la pauvreté, la croissance de l'agriculture est en moyenne deux fois plus efficace que celle des autres secteurs, comme l'a indiqué la Banque Mondiale dans son rapport de 2008. Elle permet de réduire la pauvreté aussi bien directement, en augmentant les revenus des agriculteurs, qu'indirectement, grâce aux emplois créés dans le secteur agricole ou dans les filières ;
- **fournir une alimentation pour tous** : les petites exploitations sont souvent plus productives et durables par unité de terre et d'énergie consommée. Une plus grande intensification de la production dans ces petites exploitations est possible, d'importantes marges de progression des rendements existent ;
- **gérer les ressources naturelles de façon durable** : les liens étroits avec le milieu et la notion de patrimoine à transmettre à ses descendants incitent les agriculteurs familiaux à gérer de façon optimale des ressources du milieu exploité. Ils ont une connaissance fine de leur terroir.

Cependant, ces atouts ne peuvent s'exprimer en l'absence de politiques publiques de soutien à l'agriculture familiale. La plupart des agriculteurs familiaux dans le monde ont actuellement un accès insuffisant aux ressources naturelles, aux politiques et aux technologies.

Il est largement démontré que les agriculteurs familiaux pauvres peuvent déployer rapidement leur potentiel de productivité une fois le cadre de politique approprié mis en place.

L'élargissement de l'accès à la terre, à l'eau et aux autres ressources naturelles et la mise en œuvre de politiques publiques spécifiquement axées sur l'agriculture familiale (crédit, assistance technique, assurance, accès aux marchés, achats publics, technologies appropriées) sont essentiels pour accroître la productivité agricole, éliminer la pauvreté et parvenir à la sécurité alimentaire mondiale.

L'AIAF nous offre une opportunité de mettre en lumière le rôle stratégique des agriculteurs familiaux dans le développement agricole et rural et d'inviter nos élus à s'engager en faveur de politiques favorables au développement de l'agriculture familiale.

Si vous partagez les valeurs défendues par le CFSI et le réseau ALIMEN**TERRE**, pour une agriculture familiale durable au service d'une alimentation pour tous et souhaitez contribuer à les diffuser auprès d'un large public, rejoignez-nous !

Ce manuel de campagne vous donnera les principales informations pour animer la campagne sur votre territoire.

CONTENU

NOTES 8

UNE CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION DE L'OPINION 9

POURQUOI ? 9
QUI ? 9
QUAND ? 9
QUOI ? 9

UN FESTIVAL DE FILMS, VECTEUR D'INFORMATION ET SENSIBILISATION 10

HISTORIQUE 10
POURQUOI ? 10
QUI ? 10
QUAND ? 10
QUOI ? 10
COMMENT ? 10
OU ? 11
POUR QUI ? 11
POUR EN SAVOIR PLUS ? 11

LES ALLIANCES D'ALIMENTERRE 2014 12

LA SEMAINE DE LA SOLIDARITE INTERNATIONALE – 17E EDITION 12
« ENVIE DE PAYSANS ! », CAMPAGNE DE LA CONFEDERATION PAYSANNE 13

RÉCAPITULATIF DES OUTILS IMPRIMÉS MIS A DISPOSITION 14

NOUVEAUX SUPPORTS PUBLIES POUR ALIMENTERRE 2014 15
Alternatives Économiques 15
Kit de communication 15
SUPPORTS PUBLIES DANS LE CADRE DES PRECEDENTES CAMPAGNES ALIMENTERRE (DANS LA LIMITE DES STOCKS DISPONIBLES) . 16
Support de campagne "calendrier d'anniversaire - non daté" 16
Charte pour une agriculture familiale durable au service d'une alimentation pour tous 16
EN LOCATION 16

LES OUTILS POUR COMMUNIQUER SUR LE FESTIVAL 17

NOTES

UNE CAMPAGNE D'INFORMATION ET DE SENSIBILISATION DE L'OPINION

Depuis 2000, la campagne ALIMEN**TERRE** sensibilise la population française sur les causes économiques, sociales et politiques de la faim dans le monde. Elle promeut une agriculture familiale durable ici et là-bas, garantissant une alimentation saine et suffisante pour tous. Les valeurs défendues sont reprises dans la charte du CFSI :
http://www.cfsi.asso.fr/sites/www.cfsi.asso.fr/files/charte_25082010.pdf

Pourquoi ?

Les objectifs généraux sont :
- informer sur les paradoxes du système alimentaire mondial et l'enjeu de nourrir le monde demain ;
- faire valoir le droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire ;
- faire prendre conscience de la nécessité de soutenir une agriculture familiale, viable et durable ici et là-bas ;
- sensibiliser chacun à sa responsabilité de citoyen et consommateur et encourager les changements de comportements individuels et/ou collectifs.

Qui ?

La campagne ALIMEN**TERRE** est animée au niveau national par le CFSI et mise en œuvre en France, en Europe et en Afrique, par le réseau ALIMEN**TERRE**, constitué d'acteurs locaux, coordonnés au niveau territorial par des pôles ou relais. Toute structure (association, collectivité, établissement scolaire, etc.) partageant les valeurs portées par la campagne peut rejoindre ce réseau et participer à la campagne, en disposant des outils mis à disposition par le CFSI.

Quand ?

La campagne ALIMEN**TERRE** se déroule tout au long de l'année et prend différentes formes :
- un temps fort national du 15/10 au 30/11 : le Festival de films ALIMEN**TERRE** ;
- des activités diverses organisées toute l'année par les acteurs sur leur territoire, selon leurs spécificités et envies ;
- des actions de plaidoyer auprès des décideurs politiques français et européens ;
- de la diffusion d'information actualisée sur les enjeux agricoles et alimentaires sur le centre de ressources collaboratif www.alimenterre.org.

La période du 15 au 23 novembre, autour de la Semaine de la Solidarité Internationale (SSI), est propice à l'organisation de manifestations et activités diverses en lien avec les thèmes défendus par ALIMEN**TERRE**.

Quoi ?

Nombre d'activités sont possibles, selon les spécificités et les envies des organisateurs :
- une projection-débat dans le cadre du Festival de films (15 oct. – 30 nov.) ;
- un marché alimentaire et solidaire ;
- une campagne de signatures pour une pétition ;
- un atelier cuisine bio, locale et équitable avec des enfants ;
- une exposition ;
- une visite d'exploitation agricole ;
- un spectacle de rue ;
- etc.

N'hésitez pas à laisser libre cours à votre imagination !!

UN FESTIVAL DE FILMS, VECTEUR D'INFORMATION ET SENSIBILISATION

Le Festival de films documentaires ALIMEN**TERRE** est l'activité nationale de la campagne et sa durée coïncide avec le temps fort de la campagne. C'est un excellent vecteur de sensibilisation du public.

Historique

C'est dans un cinéma parisien fin 2007 que le Festival de films ALIMEN**TERRE** a vu le jour. Depuis, grâce à l'implication de ses organisateurs, il a pris une incroyable envergure. En 2013, plus de 935 projections-débats ont été organisées en France, en Europe, en Afrique et en Amérique. Plus de 54 000 spectateurs y ont participé.

Pourquoi ?

Les objectifs opérationnels du Festival de films ALIMEN**TERRE** sont les suivants :

- donner les moyens au public de s'informer et se forger une opinion éclairée sur les enjeux économiques, politiques, sociaux et environnementaux permettant un accès à une alimentation saine et suffisante pour tous ;
- inciter à une réappropriation de la question alimentaire par les citoyens et redonner à l'alimentation sa juste valeur, en reconsidérant le travail des agriculteurs ;
- proposer des pistes d'action concrètes individuelles et collectives, pour soutenir un système alimentaire plus équitable et plus respectueux de l'environnement.

Qui ?

Le Festival de films ALIMEN**TERRE**, événement national de la campagne ALIMEN**TERRE**, est animé au niveau national par le CFSI et mis en œuvre en France, en Europe et en Afrique, par le réseau ALIMEN**TERRE**.

Quand ?

Le Festival est organisé chaque année du 15 octobre au 30 novembre. Il fêtera sa 8e édition en 2014 !

Ces dates sont importantes car elles délimitent la période négociée avec les sociétés de production pour les autorisations de diffusion des films. Avant ou après, les droits de diffusion ne sont plus les mêmes.

Quoi ?

Cette année, six films communs à tous ont été sélectionnés, traitant des enjeux agricoles et alimentaires Nord-Sud.

Pour chaque organisateur, le Festival consiste en la création d'une programmation régionale ou locale, à destination du grand public et/ou de publics scolaires. Chaque projection est suivie d'un débat ouvert, impliquant la mobilisation d'au moins deux intervenants et une participation forte du public.

Les projections du Festival sont aussi l'occasion de réaliser des activités supplémentaires de campagne, en journée, en particulier lors de la venue d'un partenaire de pays du Sud.

Comment ?

Le Festival est coordonné par le CFSI au niveau national et organisé de façon décentralisée avec :

- un socle commun : des valeurs, un visuel, une sélection de films, des outils de communication ;
- des spécificités locales, propres à chaque organisation membre du réseau.

Afin de soutenir les activités de campagne et le Festival de films, trois invités internationaux, dont les portraits seront proposés courant septembre, seront invités en France en novembre pendant une dizaine de jours.

Où ?

Le réseau ALIMEN**TERRE** est organisé de la façon suivante :

- des réseaux nationaux, animant leurs groupes locaux ;
- des pôles régionaux ou départementaux, assurant une mission de coordination des acteurs sur leur territoire ;
- des relais locaux, co-organisant des événements sur leur territoire.

Ces coordinations territoriales mobilisent plus de 700 acteurs locaux et assurent une animation de la campagne dans 21 régions de France métropolitaine et une région d'outre-mer.

La campagne et le Festival de films s'ouvrent également à l'international. Des organisations partenaires dans 11 pays (Belgique, Bénin, Canada, Guinée-Bissau, Guinée-Conakry, Madagascar, Pologne, République tchèque, Sénégal, Togo et Union des Comores) coordonnent la campagne.

Les relais du Festival organisent des projections/débats en cinémas, salle municipales, médiathèques, lycées, universités, etc.

Pour qui ?

Les messages et les valeurs d'ALIMEN**TERRE** visent à être diffusés largement vers :

- un grand public sensible aux thèmes du développement durable et la qualité de son alimentation ;
- un public scolaire, en particulier des lycéens, de l'enseignement général et agricole ;
- un public étudiant, en particulier les élèves ingénieurs en école d'agronomie.

Pour en savoir plus ?

Pour toute information plus précise concernant le Festival de film ALIMEN**TERRE** et son fonctionnement, l'appel à participation au Festival 2014 est téléchargeable :
http://www.festival-alimenterre.org/sites/www.cfsi.asso.fr/files/appel-a-participation-alimenterre-2014-vf-20140612.pdf

LES ALLIANCES D'ALIMENTERRE 2014

Pour plus de visibilité vis-à-vis du public et de cohérence pour les militants, ALIMEN**TERRE** revendique et affiche ses alliances :

La Semaine de la solidarité internationale – 17e édition

Organisée chaque année la troisième semaine de novembre, la Semaine de la solidarité internationale est un temps fort de sensibilisation, de réflexion, de créativité et de convivialité autour des questions de solidarité internationale.

Depuis 17 ans, la Semaine de la Solidarité Internationale est un vaste mouvement populaire qui permet, dans 500 villes de France, d'en savoir plus sur l'actualité de ceux qui font progresser les droits humains. En 2014, année internationale de l'agriculture familiale, elle offre à nouveau de s'engager aux côtés de ceux qui font vivre les solidarités.

Du 15 au 23 novembre 2014, la 17e Semaine de La Solidarité Internationale mettra en avant pendant 9 jours, à l'occasion de 7 000 événements, des solutions solidaires pour défendre les « Droits à l'essentiel ».

Depuis sa création, la campagne ALIMEN**TERRE** dénonce les causes politiques et économiques de la faim dans le monde et milite pour que le droit à l'alimentation et à la souveraineté alimentaire soient respectés. Ainsi, ALIMEN**TERRE** soutient et s'inscrit naturellement dans la Semaine de la solidarité internationale. Cette année d'autant plus, le droit à l'alimentation est bien un droit à l'essentiel !

Membre du comité de pilotage national de la Semaine, le CFSI participe à la définition des orientations et messages. Ces dernières années, les deux événements ont renforcé leur alliance. La Semaine met en avant le Festival de films ALIMEN**TERRE** comme l'un de ses principaux événements nationaux.

Dans le cadre de la 17ème Semaine de la solidarité internationale, des milliers de personnes, de tous quartiers et de tous continents, vont se mobiliser en France pour questionner un système mondial dérégulé et spéculatif ainsi que les systèmes politiques qui entravent les droits fondamentaux humains.

Tout acteur qui se reconnaît dans sa Charte peut inscrire ses actions ALIMEN**TERRE** parmi les manifestations prévues au programme de la Semaine. Pour ce faire il suffit de créer une « page acteur » sur le site de la Semaine. Logos et visuels pour valoriser cette alliance, kit de communication, conseils, ressources et contacts sont disponibles sur le site : www.lasemaine.org dans la rubrique « Monter une action ».

Réseau de magasins BIOCOOP

Biocoop rassemble plus de 340 magasins bio autour d'un objectif commun : le développement de l'agriculture biologique dans un esprit d'équité et de coopération.

Leader de la distribution alimentaire biologique, Biocoop s'illustre aussi par ses produits du commerce équitable et par un choix très étendu d'écoproduits et de cosmétiques. Plus qu'un simple réseau de commerçants, Biocoop souhaite aussi peser sur les choix de société et partage son projet avec d'autres acteurs : salariés, consommateurs, producteurs et partenaires.

Biocoop est avant tout un réseau d'acteurs indépendants, militants, engagés. Pour affirmer leurs principes fondateurs, les magasins Biocoop ont établi une charte sur laquelle repose l'ensemble de leurs activités. Esprit de coopération et développement d'une agriculture biologique durable, transparence et équité des relations commerciales, qualité des produits et participation des consom'acteurs sont les piliers d'un texte fédérateur pour les acteurs du réseau. Un cahier des charges composé de trois conventions - distribution, gestion, sociale - traduit cette charte en engagements pris et appliqués par les magasins.

Plus qu'un réseau de distribution alimentaire biologique spécialisé, Biocoop est avant tout un projet coopératif atypique multi-professionnel qui s'illustre par une gouvernance singulière. Le Conseil d'Administration (CA) de Biocoop est composé de 4 collèges. Y siègent, au même titre, des représentants des magasins, des représentants de groupements de producteurs, un représentant des salariés et un autre des consommateurs. Ces représentants aux intérêts divergents, ainsi réunis, sont pourtant animés par la volonté bienveillante de coopérer, pour le bénéfice de tous. Cette organisation résolument atypique et singulière est l'illustration de l'implication de Biocoop dans la construction de liens coopératifs et durables.

Biocoop et le CFSI ont formalisé un partenariat fin 2012 autour du Festival de films ALIMEN**TERRE**. Pour les deux parties, l'intérêt du partenariat est de rencontrer un public différent de son public habituel. Les axes de ce partenariat sont, entre autres, les suivants :

- Communication réciproque pendant la période du Festival ;
- Invitation des magasins à participer au Festival de différentes façons : communication (distribution d'affiches et de programmes), contribution au pot solidaire, intervention comme acteur du secteur de la « bio » et de l'ESS, (co)organisation de séances ;
- Participation au comité de sélection des films.

Le réseau ALIMEN**TERRE** est invité à contacter les magasins de son territoire pour leur proposer une collaboration.

« Envie de paysans ! », campagne de la Confédération paysanne

Accords de libre-échange, Politique Agricole Commune, Loi d'Avenir Agricole rythment en ce moment l'actualité nationale et internationale. Plus qu'on ne l'imagine, les politiques agricoles sont au cœur de notre quotidien et sont loin de ne concerner que les paysans. L'agriculture touche directement notre alimentation, l'environnement, les paysages et la vie dans nos campagnes. L'agriculture, c'est aussi une source d'emploi qui permet de maintenir et développer un dynamisme économique et social en zone rurale. Elle est enfin centrale, au Nord comme au Sud, pour fournir à tous une nourriture suffisante, grâce à une production locale plutôt qu'à des importations compromettant la souveraineté alimentaire. Mais l'agriculture peut avoir deux visages, celui de la dérégulation, de la mal-bouffe, des multinationales et des agro-managers ou celui des fermes à taille humaine, des campagnes vivantes, des paysans nombreux et des supers produits.

Grâce à la campagne « Envie de paysans ! », la Confédération paysanne souhaite remettre les questions agricoles et alimentaires au cœur du débat politique et citoyen, faire des politiques agricoles l'affaire de tous et réaffirmer l'importance de paysans nombreux, ici et là-bas.

Au programme 2014 : fêtes paysannes, magasins de producteurs, marchés, fermes ouvertes, conférences, projections-débats, etc.

L'agriculture familiale étant au cœur de la campagne ALIMEN**TERRE** en 2014, il est intéressant de tisser des liens avec la campagne « Envie de paysans ». Pour cela, différentes choses sont possibles :

- Enrichir le panel d'intervenants et les débats qui suivront les projections avec un éclairage sur les politiques agricoles (PAC, libre échange, Loi d'avenir…) apporté par des membres de la Confédération paysanne ;
- Co-organiser des projections du film « Les petits gars de la campagne » avec des acteurs locaux de la Confédération paysanne, qui soutient le film ;

http://www.festival-alimenterre.org/film/petits-gars-campagne

- Relayer et diffuser les actualités et le programme de cette campagne sur les territoires par le biais des réseaux sociaux, sites internet et newsletters ;
- Valoriser les évènements ALIMEN**TERRE** sur le site internet de cette campagne.

Pour contacter l'équipe de campagne :
aboursicot@confederationpaysanne.fr

Toutes les informations sur la campagne sur :

- le site : www.enviedepaysans.fr ;
- facebook / twitter : enviedepaysans.

ENVIE DE PAYSANS !
Pas de bonne bouffe sans paysans !

Avec le soutien de :

RÉCAPITULATIF DES OUTILS IMPRIMÉS MIS A DISPOSITION

Nouveaux supports publiés pour ALIMENTERRE 2014

Alternatives Économiques

Tirée à part 2014 consacré au thème de l'agriculture familiale.
Lot de 50 revues de 16 pages format 21x29,7

La livraison est prévue début septembre. Si vous n'avez pas commandé vos outils lors de la commande groupée de juin 2014, prenez contact avec le pôle ALIMEN**TERRE** le plus proche.

Kit de communication

Pour faciliter la gestion des stocks, le CFSI propose cette année un « Kit communication », estimé pour les besoins d'une séance. Il se compose de :

- 20 affiches recto-verso (voir détail ci-dessous) ;
- 150 programmes du Festival (voir détail ci-dessous) ;
- 25 planches de flyers (voir détail ci-dessous) ;
- 20 dépliants de présentation de la campagne ALIMEN**TERRE** (voir détail ci-dessous).

La livraison se fera dans la semaine du 8 septembre 2014. Si vous n'avez pas commandé vos outils lors de la commande groupée de juin 2014, prenez contact avec le pôle ALIMEN**TERRE** le plus proche de chez vous.

Affiches

Au recto : Visuel de la campagne ALIMEN**TERRE** 2014
Au verso : visuel du Festival ALIMEN**TERRE** 2014
Format A3
A personnaliser (bandeau blanc)

Programme du Festival ALIMENTERRE 2014

Présentation des 6 films du Festival avec les synopsis des films
Dépliant 3 volets (format ouvert A4 / format fini 10x21 cm)
Livré plié
A personnaliser (surimpression ou tampon)

Planches de flyers Festival ALIMENTERRE 2014

Format A3
Planche de 6 flyers 10x21 cm
A personnaliser et à massicoter selon repères (modèle de repiquage sous Word fourni à la livraison)

Dépliant de campagne ALIMENTERRE

Présentation de la campagne ALIMEN**TERRE**, du Festival, du centre de ressources et du réseau des relais de la campagne. Il est destiné à présenter le cadre général de la campagne aux organisations partenaires (ou futurs).
Dépliant 3 volets (format ouvert A4 / format fini 10x21 cm)
Livré plié
A personnaliser (surimpression ou tampon).

Supports publiés dans le cadre des précédentes campagnes ALIMENTERRE (dans la limite des stocks disponibles)

Support de campagne "calendrier d'anniversaire - non daté"

[Stocks : autour de 4 000 ex.]
Support de sensibilisation du grand public sur le thème "Agrocarburants et souveraineté alimentaire", édité en 2012
Format fini A5, format A4 ouvert

Charte pour une agriculture familiale durable au service d'une alimentation pour tous

[Stocks : autour de 1700 ex.]
Charte rédigée et signée par tous les membres du CFSI à l'occasion des 50 ans du CFSI (2010)
A signer et faire signer par les organisations de vos réseaux
Dépliant format fini 14,85x29,7 cm

Si vous n'avez pas commandé vos outils lors de la commande groupée de juin 2014, prenez contact avec le pôle ALIMENTERRE le plus proche de chez vous.

En location

Exposition ALIMENTERRE : comprendre les causes de la faim
8 panneaux souples de format 80x100 cm
8 panneaux pour comprendre les causes de la faim dans le monde et donner des pistes d'actions concrètes et durables pour l'éradiquer.
Accessible au grand public lors de visites libres, comme au public scolaire dans le cadre de visites pédagogiques, cette exposition est adaptée pour un public jeune de 15 à 25 ans.
Conception/rédaction : Jean-Frédéric Cambianica pour le CFSI et le réseau ALIMENTERRE.
Illustrations : Le Cil Vert (auteur de la BD « Braillane »).

Pour en savoir plus, visualiser l'exposition, la réserver :
http://www.alimenterre.org/ressource/nouvelle-exposition-pedagogique-alimenterre

LES OUTILS POUR COMMUNIQUER SUR LE FESTIVAL

Voici les différents outils à votre disposition pour communiquer sur le Festival de films.

	Objectif	Public visé	Date de mise à disposition	Nature de support	Commentaires
Site internet Festival	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE** et les différentes projections organisées	Grand public		Lien internet	Mode d'emploi disponible en partie 3 du Manuel de campagne.
Flyers Festival	Informer sur une projection précise (date, lieu, heure, etc.)	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Planche de 6 flyers imprimée	A personnaliser chez un reprographiste
Programme Festival	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE** et les différentes projections organisées	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Dépliant 3 volets imprimé, livré plié	A personnaliser chez un reprographiste. NB : flyers et programme peuvent s'utiliser ensemble
Affiche ALIMEN**TERRE / Festival**	Informer sur une projection précise ou une activité ALIMEN**TERRE**	Grand public	Commande début juillet – livraison début septembre	Format A3 imprimé	A personnaliser chez un reprographiste
Bande-annonce ALIMEN**TERRE du Festival**	Présenter le Festival ALIMEN**TERRE**	Internautes, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur le site internet	Lien internet	
Bande-annonce ALIMEN**TERRE de chacun des films**	Présenter plus en détail l'un des films du Festival ALIMEN**TERRE**	Internautes, cinémas, media locaux et régionaux, partenaires institutionnels	A partir du 15 septembre, puis téléchargeable sur le site internet	Lien internet	
Visuels ALIMEN**TERRE, Festival et films**	Intégrer les visuels nécessaires dans vos propres outils de communication ou sites internet	/	Envoyés mi-juillet, téléchargeables sur un site internet *	Images jpg ou eps	
Mail d'annonce personnalisable	Informer largement sur l'organisation du Festival ou d'une séance	Grand public, relais locaux bénévoles	A partir du 15 septembre	Emails type	Petit mode d'emploi pour la personnalisation

* Site de téléchargement des outils et visuels ALIMEN**TERRE** 2014 : https://onedrive.live.com/?cid=0f1651f14e91ee0e&id=F1651F14E91EE0E!1094&ithint=folder,&authkey=!AOE_lKUoWoJJ5_g

Le site internet dédié au Festival de films ALIMEN**TERRE** facilite la diffusion d'information et la communication autour du Festival. Nous comptons sur vous pour le faire vivre et l'animer ! www.festival-alimenterre.org

Vous trouverez un mode d'emploi illustré pour vous connecter et inscrire vos événements en partie 3 de ce Manuel de campagne.

CONTENU

NOTES 19

REVUE BIBLIOGRAPHIQUE SUR « L'AGRICULTURE FAMILIALE » 20

QUELQUES OUVRAGES 20
DES SITES 23

ALIMENTERRE, 14 ANS DE MOBILISATION ! 24

2000-2004 : Campagnes de sensibilisation pour un « Accès à l'alimentation partout et pour tous » 24
2005-2007 : Campagnes de pétition pour la promotion de l'agriculture familiale et le respect de la souveraineté alimentaire 24
2008-2014 : Campagnes pour la promotion d'une agriculture familiale durable 24

FESTIVAL DE FILMS ALIMENTERRE, LA 8E EDITION ! 26

2007 26
2008 26
2009 26
2010 26
2011 27
2012 27
2013 27

PORTRAITS DES INVITES INTERNATIONAUX 2014 28

ORGANISATION ET SUIVI DU FESTIVAL DE FILMS 29

GUIDE D'UTILISATION DU SITE WWW.FESTIVAL-ALIMENTERRE.ORG 30
Pour créer sa fiche « Relai » du Festival 31
Pour modifier une fiche pôle et relai 32
Pour créer un évènement 33
Pour modifier un évènement 33
Pour gérer votre compte 34
Pour se déconnecter 34
Pour toute question complémentaire 34
FICHES PEDAGOGIQUES PAR FILM 35
..... 35
REPERTOIRE DES INTERVENANTS POTENTIELS 36
SUGGESTION DE DEROULEMENT DE SEANCE 37
Entrée des spectateurs 37
Dans la salle de projection 37
Fin de la séance 38
L'ANIMATION DE DEBATS 38
La place et le rôle de l'animateur-trice 39
La préparation du débat 39
Le déroulement du débat 39
Quelques clés pratiques 40
Le cas du public scolaire 40
BOITE A OUTILS SUR L'ANIMATION DE DEBATS 40
..... 41
FORMULAIRE DE BILAN DE PROJECTION 42

COMMUNIQUER AVEC LES MEDIAS 42

1- AVANT LE LANCEMENT DE LA CAMPAGNE 43

Le communiqué de presse (CP) *43*
Constituer un fichier presse *43*
Quelques règles pour l'envoi d'un communiqué *44*
2- LE JOUR « J » : ORGANISEZ UNE CONFERENCE DE PRESSE 44
Quelques conseils *44*
3- JUSQU'A LA CLOTURE DE LA CAMPAGNE 45
4- A LA FIN DE LA CAMPAGNE 45
5- REMONTEES D'INFORMATIONS AU CFSI 45

LA CHARTE GRAPHIQUE D'ALIMENTERRE 46

OUTILS ET ELEMENTS DE COMMUNICATION MIS A DISPOSITION 46
CONCEPTION DE VOS PROPRES SUPPORTS 46

L'ORGANISATION DU RESEAU ALIMENTERRE 47

L'EQUIPE ALIMENTERRE AU CFSI 48

NOTES

REVUE BIBLIOGRAPHIQUE SUR « L'AGRICULTURE FAMILIALE »

Cette année, l'angle d'attaque de la campagne nous invite à réfléchir aux enjeux de l'agriculture familiale dans le monde. Nous vous proposons ici quelques documents de référence, qui vous permettront de creuser le sujet. Cette liste n'est évidemment pas exhaustive !

Quelques ouvrages

« Agriculture familiale, le défi » - 2014

*Tiré-à-part d'Alternatives économiques, en coédition avec le CFSI dans le cadre de la campagne ALIMEN**TERRE***

L'agriculture familiale assure 70 % de la production agricole mondiale. Mais elle fait face à des obstacles qui limitent l'expression de son potentiel : accès au foncier, au crédit, à la formation, aux semences, etc. Ce numéro spécial édité pour l'Année internationale de l'agriculture familiale sera distribué gracieusement dans le cadre de la campagne ALIMEN**TERRE** 2014 et téléchargeable en ligne sur le centre de ressources ALIMEN**TERRE**.
http://www.alimenterre.org/

« Agricultures familiales et mondes à venir » - 2014

De Jean-Michel Sourisseau

Cet ouvrage revisite les approches les plus utilisées pour analyser et comprendre l'agriculture familiale qui est au cœur des agricultures du monde. Il est primordial de bien définir l'agriculture familiale pour mieux en cerner les enjeux, la replacer dans un contexte plus global et ainsi juger de sa contribution à un développement qui soit durable et plus équitable. Cette forme de production est ainsi au centre des débats sur le développement agricole.
http://www.quae.com/fr/r3338-agricultures-familiales-et-mondes-a-venir.html

« Les agricultures familiales du monde » - 2013

De Bruno Losch, Jean-François Bélières, Philippe Bonnal, Pierre-Marie Bosc, Jacques Marzin, Jean-Michel Sourisseau

Dans la perspective de l'année internationale de l'agriculture familiale (AIAF), le CIRAD a été mandaté pour analyser les contributions économiques, sociales et environnementales des agricultures familiales. Il existe une controverse récurrente sur la capacité de l'agriculture familiale (le plus souvent qualifiée de petite agriculture, de petits producteurs) à contribuer efficacement aux enjeux de sécurité alimentaire. Ce débat concerne très directement les modèles de développement agricole.
http://www.alimenterre.org/ressource/agricultures-familiales-monde

« L'année internationale de l'agriculture familiale : pour une reconnaissance politique de l'efficacité et des performances des agricultures paysannes ! » - 2014

Note de la C2A n°17 – Coordination sud

En dépit d'atouts considérables, les agricultures familiales doivent trop souvent faire face à des exclusions persistantes d'accès aux ressources naturelles et aux services, et leur vulnérabilité face aux crises économiques et climatiques, aux politiques de libre échange et d'investissements ainsi qu'à l'instabilité des prix, demeure une tendance lourde, et se traduit souvent par la pauvreté et l'insécurité alimentaire et nutritionnelle de nombreuses familles paysannes dans les pays du Sud. Or, loin de l'archaïsme dont certains les caractérisent encore, ces agricultures familiales et paysannes sont porteuses d'innovations et de modernité pour relever les défis du XXIème siècle : alimentation, climat, énergie, environnement, emploi.
http://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/Les-Notes-de-la-C2A-N%C2%B017-Ann%C3%A9e-Internationale-de-lAgriculture-Familiale1.pdf

« Quelles politiques publiques pour soutenir les agricultures familiales du sud ? » - 2011

Note de la C2A n°7 – Coordination sud

Cette note s'appuie sur le rapport 2010 de la C2A « Quelles politiques publiques pour les agricultures familiales du Sud ? », présenté ci-dessous. Les agricultures familiales ne sont souvent, pas la priorité des partenaires techniques et financiers et des Etats du Sud, qui leur préfèrent une agriculture plus capitalistique, jugée plus « moderne » et plus productive. Or, les agricultures familiales ont des atouts qui peuvent leur permettre de contribuer à répondre aux défis majeurs des pays en développement. La Commission Agriculture et alimentation de Coordination SUD (C2A) a mis en évidence dans son rapport fin 2007 la capacité des agricultures familiales à pourvoir des emplois, lutter contre la pauvreté et les inégalités, fixer les populations sur le territoire et ainsi freiner l'exode rural, gérer les ressources naturelles et contribuer à la sécurité alimentaire.
http://www.coordinationsud.org/wp-content/uploads/Les-Notes-de-la-C2A-n%C2%B07_septembre20111.pdf

« Quelles politiques publiques pour les agricultures familiales du sud ? » - 2010

Etudes et analyses – C2A – Coordination sud

Ce document s'adresse à tous les acteurs désireux de soutenir les agricultures familiales, au travers de politiques publiques nationales au Sud, ainsi que de politiques d'aide au développement, agricoles et commerciales dans les pays du Nord. Il tente de présenter des interventions qui ont, dans des contextes précis, permis de lever des contraintes au développement des agricultures familiales. Le rapport porte donc sur quelques mesures de soutien, identifiées sur la base de la bibliographie disponible ainsi que sur 11 études de cas issues de l'expérience des ONG membres de Coordination SUD et de leurs partenaires.
http://www.alimenterre.org/ressource/quelles-politiques-publiques-agricultures-familiales-sud

« Défendre les agricultures familiales : lesquelles, pourquoi ? » - 2008

Etudes et analyses – C2A – Coordination sud

Cet ouvrage offre une synthèse de la littérature sur le sujet illustrée par plusieurs études de cas de terrain. Il reprend également les principales discussions du séminaire organisé par la Commission Agriculture et Alimentation sur le même sujet en décembre 2007. La diversité des agricultures familiales est explicitée afin d'en comprendre l'importance dans un processus de développement économique durable et profitant à la majorité. Alors que le contexte politique actuel favorise une agriculture capitaliste qualifiée de moderne, il apparaît que les agriculteurs familiaux possèdent le triple avantage de :

- produire en quantité suffisante pour les marchés locaux et pour une population croissante en améliorant la productivité avec des techniques adaptées au milieu ;
- maîtriser l'exode rural en générant des emplois stables et nombreux dans les campagnes et lutter contre la pauvreté lorsque les prix agricoles sont rémunérateurs ;
- gérer durablement les ressources car ils sont les premières victimes des dégradations environnementales.

L'agriculture familiale jouit d'atouts incontestables par rapport à l'agriculture capitaliste mais elle ne peut les exprimer car elle est souvent négligée par les politiques nationales. Il convient donc de rappeler ce potentiel dans un contexte de redéfinition des orientations agricoles dans de nombreux pays en développement et au sein des institutions multilatérales.
http://www.alimenterre.org/ressource/defendre-agricultures-familiales-lesquelles-pourquoi

« Avec le chaos climatique, qui nous nourrira ? » - 2014

Etc group

Il y a environ cinquante ans, lors du premier Sommet mondial de l'alimentation qui s'est tenu en juin 1963, les Nations unies ont affirmé que « Nous avons les moyens et la capacité d'éradiquer la faim et la pauvreté de la surface de la Terre de notre vivant – tout ce qu'il nous manque, c'est la volonté de le faire. ». Depuis lors, cette phrase est devenue le mantra de tous les sommets de l'alimentation. Les gouvernements n'ont toutefois qu'une connaissance très partielle en ce qui concerne l'approvisionnement et la consommation d'aliments. Cette réalité est d'ailleurs apparue évidente en 2007, alors que les gouvernements n'ont pas été en mesure de reconnaître qu'une crise alimentaire mondiale se dessinait à l'horizon. Ce document compare les systèmes alimentaires industriel et paysan.
http://www.etcgroup.org/fr/content/avec-le-chaos-climatique%E2%80%A6-qui-nous-nourrira

« Affamés de terres : Les petits producteurs nourrissent le monde avec moins d'un quart de l'ensemble des terres agricoles » - 2014

GRAIN

Aujourd'hui, il est courant d'entendre dire que les petits producteurs produisent la majorité de l'alimentation mondiale. Mais combien d'entre nous se rendent compte qu'ils le font avec moins d'un quart de la superficie agricole mondiale, et que cette part, déjà maigre, se réduit comme peau de chagrin ? Si les petits producteurs continuent à perdre l'essence même de leur existence, le monde perdra sa capacité à se nourrir. GRAIN a étudié les données en profondeur pour voir ce qui se passe réellement, et le message est limpide. Il est urgent de remettre les terres aux mains des petits producteurs et de placer la lutte pour la réforme agraire au cœur de la lutte pour de meilleurs systèmes alimentaires.
http://www.grain.org/fr/article/entries/4960-affames-de-terres-les-petits-producteurs-nourrissent-le-monde-avec-moins-d-un-quart-de-l-ensemble-des-terres-agricoles

« La situation mondiale de l'alimentation et l'agriculture: investir dans l'agriculture pour un meilleur avenir » - 2012

FAO

Il est essentiel d'investir dans l'agriculture, si l'on veut réduire la faim et promouvoir une agriculture durable. Les régions où le capital agricole par travailleur et les investissements publics dans l'agriculture ont stagné sont, de nos jours, les épicentres de la pauvreté et de la faim dans le monde. Dans les prochaines décennies, les ressources naturelles de la planète seront soumises à des pressions croissantes, du fait de l'augmentation de la demande. Pour éliminer durablement la faim, il faudra intensifier nettement les investissements agricoles, mais aussi améliorer leur efficacité. Ce sont les agriculteurs eux-mêmes qui investissent le plus dans l'agriculture des pays en développement et il faudra donc leur réserver un rôle central dans toute stratégie d'intensification des investissements dans le secteur agricole; par ailleurs, pour amener ces agriculteurs à investir davantage dans l'agriculture, il faudra créer un climat favorable aux investissements, sous la forme de stimulants économiques et d'un environnement porteur.
http://www.fao.org/publications/sofa/2012/fr/

« Promouvoir l'agriculture familiale pour résoudre les grands défis contemporains » - 2014

Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt et Ministère des affaires étrangères

Des politiques publiques adaptées peuvent renforcer les performances de l'agriculture familiale pour répondre aux défis mondiaux. La politique française de coopération internationale et de développement a comme priorité la promotion de l'agriculture familiale, productrice de richesse et d'emplois et respectueuse des écosystèmes. À ce titre, la France soutient des initiatives permettant à l'agriculture familiale de jouer pleinement son rôle : adoption de politiques agricoles, renforcement de l'intégration régionale, structuration des marchés agricoles, développement de filières, appui aux organisations paysannes, recherche de l'accès équitable à l'eau, sécurisation du foncier, et la lutte contre la dégradation des terres.
http://agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/agriculture-familiale_cle49c6f6.pdf

« Sociologie des mondes agricoles » - 2013

De Bertrand Hervieu et François Purseigle

L'ouvrage revient sur les grands bouleversements qui ont affecté les campagnes françaises et le métier d'agriculteur. Il analyse la place singulière et paradoxale occupée dans la société française par les agriculteurs : minoritaires mais segmentés, dispersés mais pourtant bien repérables comme force sociale et politique. Il propose enfin d'appréhender la recomposition des paysanneries dans la globalisation autour de trois pôles : la famille, la firme et la subsistance.
http://www.armand-colin.com/livre/308214/sociologie-des-mondes-agricoles.php

« Les fermes du monde : un kaléidoscope » - 2012

De Bertrand Hervieu et François Purseigle

La géopolitique de l'agriculture et de l'alimentation ne se résume pas à une construction de rapports de force entre États ou entre firmes multinationales, elle est aussi le théâtre de bouleversements qui affectent les unités de production agricole y compris à l'échelle la plus

locale. Derrière les débats multilatéraux sur la construction de la sécurité alimentaire mondiale ou les débats nationaux relatifs au développement des agricultures nationales se cache un puissant processus de reconfiguration des formes d'organisations sociales et économiques de la production agricole.
http://www.clubdemeter.com/pdf/cahier/13/les_fermes_du_monde_un_kaleidoscope.pdf

« Comprendre l'agriculture familiale »
D'Isabelle Touzard et Nicolas Ferraton
Cet ouvrage est consacré au diagnostic des systèmes de production dans les pays du Sud. Il propose une démarche et des outils pour décrire les choix et les pratiques des agriculteurs en matière de production, de transformation et de commercialisation.
http://www.quae.com/fr/r47-comprendre-l-agriculture-familiale.html

Des sites

Centre de ressources ALIMEN**TERRE**
http://www.alimenterre.org/

Site du Forum Rural Mondial, promoteur de l'AIAF
http://www.ruralforum.net/default.asp?id=fr

Site de la campagne mondiale pour la nomination de l'AIAF
http://www.familyfarmingcampaign.net/fr/aiaf2014/campagne

Site officiel de l'AIAF 2014
http://www.fao.org/family-farming-2014/fr/

Site de l'Observatoire des initiatives françaises de l'AIAF
http://www.aiaf.resolis.org/

Site du CIRAD
http://www.cirad.fr/nos-recherches/themes-de-recherche/agriculture-familiale/definition

Site du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt
http://agriculture.gouv.fr/2014-Annee-internationale-agriculture-familiale

Site du ETC group
http://www.etcgroup.org/fr

ALIMENTERRE, 14 ANS DE MOBILISATION !

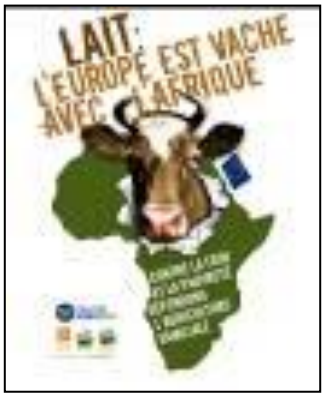
ALIMEN**TERRE** a fêté ses 10 ans en 2010. 10 ans d'information, de sensibilisation et de mobilisation du public pour dénoncer un système économique et une inertie politique qui entretiennent la sous-alimentation d'une personne sur 7 dans le monde. Cette 14e édition est l'occasion d'une rapide rétrospective sur les grandes étapes de la campagne. Elle témoigne du chemin parcouru ensemble.

2000-2004 : Campagnes de sensibilisation pour un « Accès à l'alimentation partout et pour tous »

Mettant l'accent sur le respect du Droit à l'alimentation, ces campagnes sensibilisent le grand public et les scolaires au travers d'un éventail d'activités éducatives et événementielles. C'est la grande période des marchés alimentaires et solidaires, avec la tenue de stands présentant les cuisines du monde. L'équipe du CFSI se mobilise fortement sur l'organisation d'un événement de deux jours, sur le parvis de la Mairie de Paris, puis à la cité des sciences et de l'Industrie (jusqu'en 2006).

Les organisations membres du CFSI y tiennent des stands, présentant leurs projets.

2005-2007 : Campagnes de pétition pour la promotion de l'agriculture familiale et le respect de la souveraineté alimentaire



Dès 2005, ALIMEN**TERRE** ajoute un volet politique à son action. Les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer auprès des décideurs politiques se rapprochent pour alerter sur la faim, dénoncer l'impact de politiques inéquitables (règles de l'OMC, PAC, APE) et mobiliser le public sur des revendications concrètes. Le CFSI se désengage peu à peu de l'événementiel pour se consacrer davantage à l'appui et au renforcement du réseau ALIMEN**TERRE**.

Fin 2007 intervient une évaluation externe d'ALIMEN**TERRE**. Elle souligne l'intérêt des pôles et relais à participer à une campagne nationale, à forte valeur ajoutée. Si les campagnes de pétition (qui rassemblent en moyenne 25 000 signatures) fournissent une accroche pour interpeller le public, elles n'aboutissent pas, sur nos thèmes, à des changements concrets faciles à valoriser. L'évaluation recommande alors de faire cheminer en parallèle les activités de sensibilisation du public et de plaidoyer et de renforcer l'identité collective de la campagne, en capitalisant davantage sur l'assiette ALIMEN**TERRE**.

2008-2014 : Campagnes pour la promotion d'une agriculture familiale durable

A partir de 2008, ALIMEN**TERRE** reprend un caractère générique. L'alimentation, plutôt que l'agriculture, est le point d'accroche privilégié. Le réseau ALIMEN**TERRE** est renforcé par un retour de l'identité visuelle (l'assiette) et la création d'un événement national, le Festival de films, qui donne plus de visibilité à la campagne ALIMEN**TERRE**.

La campagne conserve sa force, celle d'une campagne nationale au service d'une cause, portée par une grande diversité d'organisations et déclinée de façon décentralisée au travers d'un large programme d'activités.

Si la faim est loin d'être résolue, la nécessité de soutenir une agriculture familiale viable et durable a largement progressé dans l'opinion publique. Depuis quelques années, le principe de souveraineté alimentaire est même invoqué dans les discours de nos dirigeants.

En sensibilisant chaque année environ 60 000 personnes avec ALIMEN**TERRE**, vous avez participé à cette prise de conscience collective. Pour que les promesses se traduisent en actes, il est plus que jamais utile de se mobiliser. Merci de votre participation !

ALIMENTERRE
DEPUIS 10 ANS, UNE CAMPAGNE POUR COMPRENDRE ET AGIR
À TRAVERS TOUTE LA FRANCE, PLUS DE 400 ASSOCIATIONS SE MOBILISENT ET VOUS PROPOSENT
DES MARCHÉS ALIMENTAIRES ET SOLIDAIRES POUR CONSOMMER BIO, LOCAL ET ÉQUITABLE ET DÉCOUVRIR LES CUISINES DU MONDE
UN FESTIVAL DE FILMS DOCUMENTAIRES DU 15 OCTOBRE AU 30 NOVEMBRE POUR "METTRE DES IMAGES ET DES MOTS SUR LES DÉSORDRES ALIMENTAIRES DU MONDE"
DES RENCONTRES AVEC DES PAYSANS DU MONDE POUR MIEUX SE CONNAÎTRE ET ÉCHANGER
DES ANIMATIONS ET DES OUTILS PÉDAGOGIQUES, ACCESSIBLES DU CP À L'UNIVERSITÉ.
DE LA DOCUMENTATION, DES EXPOSITIONS ITINÉRANTES, DES SPECTACLES DE RUE, DES GRANDS JEUX, ETC.
DES DÉBATS CITOYENS ET DES CONFÉRENCES POUR S'INFORMER ET DISCUTER DES SOLUTIONS

En 2014, l'aventure continue. Nous comptons sur vous !

FESTIVAL DE FILMS ALIMENTERRE, LA 8E EDITION !

Si l'on regarde le chemin parcouru depuis 2007, l'événement est en progression constante. Cette dynamique est fortement portée par la croissance du nombre de séances organisées. Le Festival a permis une remobilisation du réseau associatif ALIMEN**TERRE** et s'est ouvert à l'international.

Petit retour en chiffre !

2007

- 7 films documentaires sélectionnés, classés sous 4 thèmes ;
- 5 projections/débats, sous une formule de rendez-vous (1 séance / semaine) ;
- 2 lieux parisiens, le cinéma l'Entrepôt à Paris et l'École Nationale des Arts et Métiers à Paris ;
- 2 associations organisatrices, le CFSI et ISF ;
- 330 spectateurs parisiens ;
- 11 intervenants mobilisés, dont 1 membre d'organisation du Sud ;
- Une manifestation qui plaît et permet de sortir du cercle des « convaincus ».

2008

- 5 films documentaires sélectionnés, classés sous 4 thèmes ;
- 97 séances dont 70 séances en cinéma ou salle de projection publique et 27 séances en lycée agricole ;
- 57 villes en France ;
- 40 associations organisatrices en France, impliquées en direct ;
- 8 000 spectateurs dont 5 300 spectateurs grand public et 2 700 élèves en milieu scolaire ;
- 98 intervenants mobilisés pour les débats assurant 135 interventions ;
- Un événement qui apporte un renouveau à la mobilisation militante locale et à ALIMEN**TERRE** en général.

2009

- 5 films documentaires sélectionnés, classés sous 5 thèmes ;
- 245 séances dont 1 séance d'inauguration à Paris ;
- 120 villes en France ;
- 40 associations organisatrices, impliquées en direct avec le CFSI ;
- Plus de 20 000 spectateurs ;
- Plus de 260 intervenants mobilisés dans les débats, dont 10 partenaires Sud ;
- 4 pays autres que la France: Belgique, Luxembourg, Pologne et Togo ;
- Une amélioration des outils de communication et des retombées médiatiques.

2010

- 5 films documentaires sélectionnés ;
- 400 séances, dont 60% à destination du grand public et 40% du public scolaire ;
- 200 villes dans 18 régions françaises ;
- 30 organisations coordinatrices et 400 associations organisatrices ;
- Plus de 24 000 spectateurs dont 60% grand public et 40% scolaire ;
- Plus de 260 intervenants mobilisés dans les débats, dont 6 partenaires Sud ;
- 4 pays autres que la France : Belgique, Bénin, Pologne et Togo ;
- Une mobilisation associative en hausse.

2011

- 6 films documentaires sélectionnés ;
- Plus de 520 séances ;
- 220 villes de 9 pays. En France, 21 régions métropolitaines sont touchées ;
- 44 organisations coordinatrices et plus de 630 structures organisatrices ;
- Près de 25 000 spectateurs dont 47% grand public et 53% scolaire ;
- 5 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- 8 pays autres que la France : Belgique, Bénin, Burkina-Faso, Guinée-Conakry, Pologne, République tchèque, Sénégal et Togo.

2012

- 7 films documentaires sélectionnés, dont le nouveau film de Marie-Monique ROBIN « Les moissons du futur » en quasi exclusivité ;
- Plus de 660 séances ;
- 290 villes de 10 pays. En France, 22 régions métropolitaines sont touchées ;
- Plus de 600 structures organisatrices ;
- Plus de 36 000 spectateurs
- 4 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- 9 pays autres que la France : Allemagne, Belgique, Bénin, Guinée-Conakry, Pologne, République tchèque, Roumanie, Sénégal et Togo.

2013

- 6 films documentaires sélectionnés ;
- Plus de 930 séances ;
- 12 pays sur 3 continents. En France, 21 régions métropolitaines et une région d'outre-mer sont touchées ;
- Plus de 700 structures organisatrices ;
- Plus de 54 000 spectateurs ;
- 3 partenaires Sud mobilisés pendant 10 jours en moyenne ;
- Plus de 58 500 visites sur le site internet dédié au Festival www.festival-alimenterre.org.

Pour que le Festival continue à se développer en 2014, c'est à vous de jouer !

PORTRAITS DES INVITES INTERNATIONAUX 2014

Trois partenaires nous feront le plaisir de partager leurs témoignages pendant la période du Festival de films 2014. Leur séjour, d'une durée d'une quinzaine de jours, sera organisé en fonction des demandes des pôles et relais, en novembre 2014.

En cours d'élaboration.

ORGANISATION ET SUIVI DU FESTIVAL DE FILMS

Pour vous aider à préparer les débats et à animer les séances, nous vous proposons les sept outils suivants.

- **Guide d'utilisation du site internet** www.festival-alimenterre.org : Ce site internet spécialement dédié au Festival de films ALIMEN**TERRE** permet d'augmenter la visibilité nationale de l'événement, mais également celle de votre structure, en tant que coordination territoriale de l'événement. Il est destiné aux spectateurs, qui souhaitent connaître les dates et lieux de projection près de chez eux, mais aussi aux nouveaux acteurs qui veulent des informations pour organiser une projection. Il est donc indispensable que ce site soit actualisé et complet. Pour cela, nous avons besoin de vous ! Toutes les étapes d'inscription des structures et des événements sur le site sont détaillées en images et en couleurs dans le guide d'utilisation. A vos claviers !

- **Une fiche pédagogique par film**. Elles rappellent le synopsis du film et les principaux thèmes du film, présentent le réalisateur, évoquent des questions de débats, proposent des références bibliographiques pour approfondir le sujet du film. Ces fiches sont en cours d'élaboration, avec un double travail réalisé par le CFSI et des groupes de pôles et relais, chargés chacun de visualiser un film et de porter un regard critique dessus. Un travail de restitution est prévu lors de la formation nationale du réseau ALIMEN**TERRE** en septembre à Sées, à l'issue duquel ces fiches seront finalisées et transmises au réseau par mail. Elles seront également téléchargeables sur le site internet du Festival.

- **Un répertoire des intervenants potentiels**. Envoyé par courriel au réseau ALIMEN**TERRE**, c'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr. Le tableau regroupe des spécialistes intéressés par le Festival de films ALIMEN**TERRE**, qui participeront volontiers, dans la mesure de leur disponibilité. C'est à vous de les contacter directement et de voir s'ils peuvent se libérer pour une projection donnée. Le document se compose en 2 onglets :
  - Onglet 1 : personnes-ressources selon des thématiques liées aux grands enjeux agricoles et alimentaires ;
  - Onglet 2 : réalisateurs ou responsable de la production des 6 films sélectionnés en 2014.

  Il se présente avec des listes déroulantes et des mots-clés par thématique d'intervention. Naturellement, cette liste est non exhaustive et surtout incomplète !!! Il nous manque certaines informations concernant les conditions particulières de leurs interventions (contraintes géographiques, rémunérations, etc.). N'hésitez pas à nous faire part de ces éléments lorsque vous contactez l'un de ces intervenants, afin que nous puissions améliorer ce tableau.
  Enfin, si vous souhaitez partager d'autres contacts d'intervenants avec le réseau ALIMEN**TERRE**, envoyez-nous les informations complètes, nous actualiserons ce tableau régulièrement.

- **Une fiche sur le déroulement de séance**. Elle suggère un déroulé pas à pas d'une séance type. Elle sert de « pense-bête », en particulier pour des organisateurs qui participent pour la première fois au Festival.

- **Une fiche sur l'animation de débat**. A deux reprises, en 2008 et 2009, le CFSI a sollicité l'intervention d'une sociologue lors de la formation nationale du réseau, afin d'apporter des éléments en matière d'animation de débats. Des échanges et des restitutions d'expérience très riches avaient eu lieu entre les pôles et relais ALIMEN**TERRE**. Cette fiche jointe synthétise donc les différents enseignements sur le rôle de l'animateur et la préparation des débats.

- **Une boîte à outils sur l'animation de débats**. C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr. Elle présente par fiches différents outils permettant de faciliter l'animation d'un débat, en fonction du type de public et de la

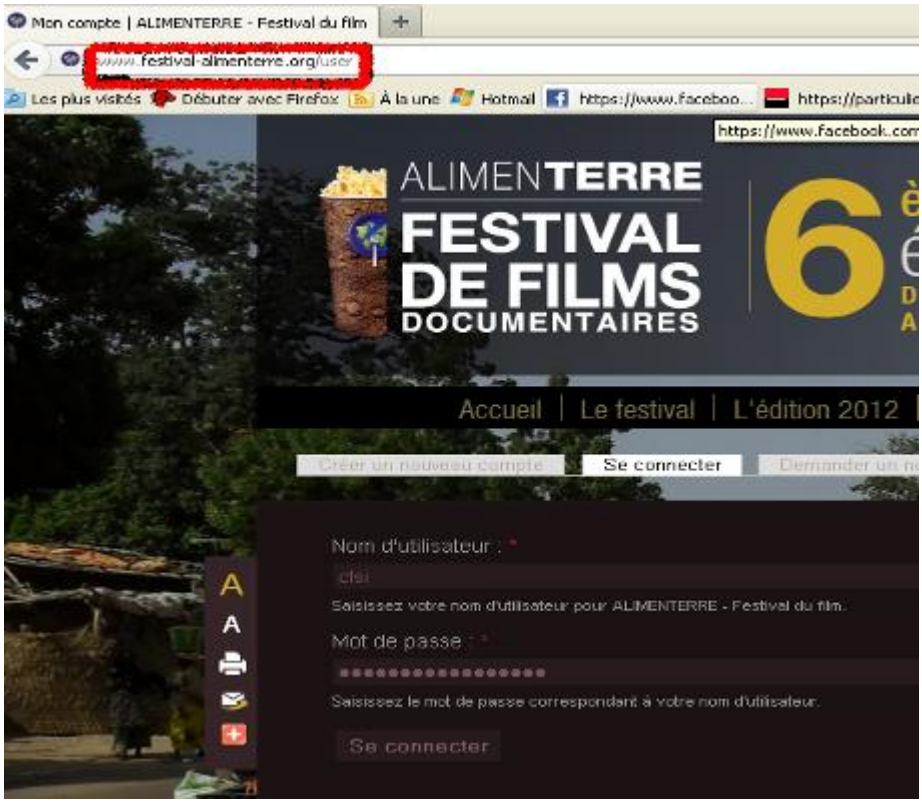
configuration de l'espace. Elle a été construite collectivement lors de formation nationale du réseau ALIMEN**TERRE** des 8 et 9 septembre à Besançon. Naturellement, cette liste est non exhaustive et surtout incomplète !!! N'hésitez pas à nous envoyer des propositions.

- **Le formulaire de bilan de projection**. Le CFSI réalise un suivi de l'ensemble des séances. D'une part pour rendre compte aux sociétés de productions et réalisateurs du nombre de séances effectivement réalisées ; d'autre part pour recueillir quelques éléments qualitatifs et quantitatifs permettant ensuite de dresser un bilan général de l'événement. Il est indispensable que tout organisateur du Festival remplisse ces fiches, la semaine suivant la projection et l'envoie au CFSI.

Guide d'utilisation du site www.festival-alimenterre.org

Adresse du site pour le grand public
www.festival-alimenterre.org

Adresse pour l'administration du site
http://www.festival-alimenterre.org/user



1- Entrer l'adresse d'administration du site

2- Entrer son **nom d'utilisateur** (login)

3- Entrer son **mot de passe**

Cliquer sur se connecter

NB : si vous n'avez pas encore de nom d'utilisateur ou que vous avez égaré vos données, envoyez un message à : alimenterre@cfsi.asso.fr

Pour créer sa fiche « Relai » du Festival

1- Aller à l'adresse de l'espace d'administration du site

2- Se connecter avec nom d'utilisateur et mot de passe

3- Cliquer sur la **clé à molette** en haut de l'écran à gauche. Cela fait apparaître la boite à outils !

Cliquer sur la clé

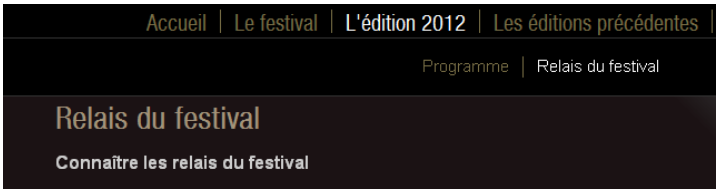
Mon compte
Administrer
Centre de ressources
Site du festival
Site institutionnel
Créer un contenu
Brève
Evènement du festival
Fiche Pôles et Relais
Film
Film de page d'accueil
Média
Page pour le site du festival
Accueil » Fiche Pôles et Relais
Créer 'Fiche Pôles et Relais'
Nom du pôle et relais : *
Allow html
If you want to add html tags to the title of a menu, enable this. This should only be accessible to trusted users.
Descriptif du pôle et relais :

1- Dans la boîte à outils, cliquer sur **« Créer un contenu »**, puis sur **« Fiche Pôle et relai »**.

2- Remplir les différents champs et ne pas oublier de **TOUT ENREGISTRER** !

NB : Les champs avec astérisque rouge sont **OBLIGATOIRES** !

Pour modifier une fiche pôle et relai

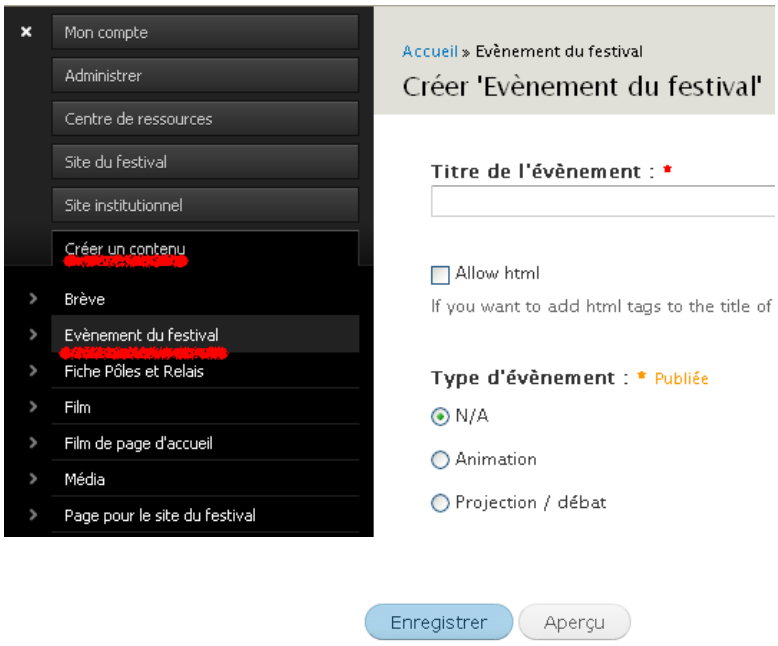

Accueil | Le festival | L'édition 2012 | Les éditions précédentes
Programme | Relais du festival
Relais du festival
Connaître les relais du festival

1- Se connecter à l'adresse d'administration

2- Aller à **Relais du festival** / France / Votre région

3- Cliquer sur la fiche concernée et Cliquer sur « Modifier »

Pour créer un évènement



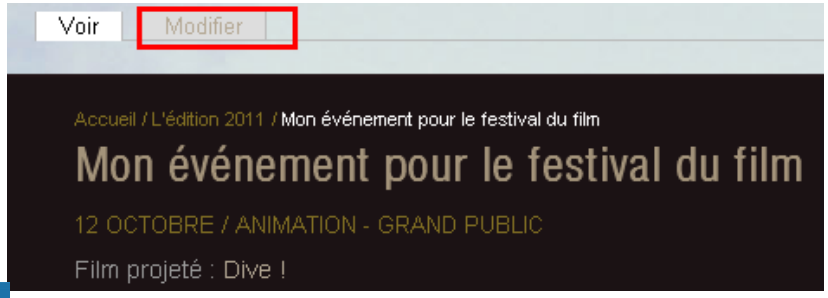
1- Dans la boîte à outils, cliquer sur **« Créer un contenu »,** puis sur **« Evènement du festival »**

2- Remplir les différents champs

3- Ne pas oublier de **TOUT ENREGISTRER et PUBLIER** !

NB : Les champs avec astérisque rouge sont **OBLIGATOIRES** !

Pour modifier un évènement


Voir
Modifier
Accueil / L'édition 2011 / Mon événement pour le festival du film
Mon événement pour le festival du film
12 OCTOBRE / ANIMATION - GRAND PUBLIC
Film projeté : Dive !

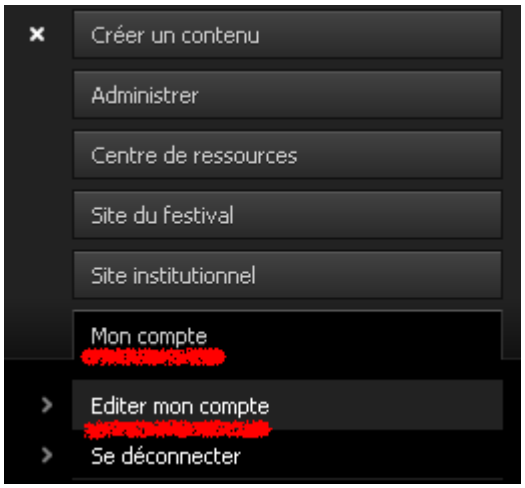
1- Se connecter à l'adresse de l'espace d'administration

2- Aller à **« Connaître les dates et les lieux »**, chercher son événement.

3- Cliquer sur la fiche concernée

4- Cliquer sur « Modifier »

Pour gérer votre compte



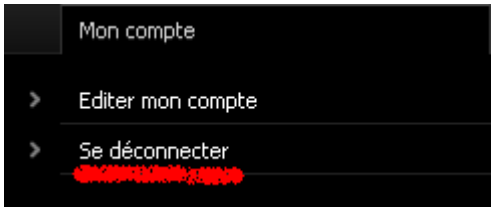
1- Dans la boîte à outils, aller à **« Mon compte »**

2- Cliquer sur **« Editer mon compte »**

3- Vous avez accès à trois onglets :

- **Compte** : pour modifier des informations liées à votre compte, essentiellement votre mot de passe ;
- **Fiche Pôles et Relais** : accès à votre fiche « Pôles et Relais » ;
- **Informations personnelles** : pour modifier le nom du référent du compte ;

Pour se déconnecter



Dans la boîte à outils :

Aller sur **« Mon compte »**

Cliquer sur **« Se déconnecter »**

Pour toute question complémentaire

La notice d'utilisation complète élaborée par le prestataire informatique, concepteur du site est téléchargeable sur le lien suivant :
https://skydrive.live.com/?cid=0F1651F14E91EE0E&id=F1651F14E91EE0E!755

Le CFSI peut répondre à vos questions : alimenterre@cfsi.asso.fr

Fiches pédagogiques par film

En cours d'élaboration collective. Elles seront téléchargeables sur le site internet du Festival à partir du 15/09/2014, à la rubrique « L'édition 2014 », sur chaque page de film : http://www.festival-alimenterre.org/edition-2014/programme

Répertoire des intervenants potentiels

C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr.

Suggestion de déroulement de séance

Entrée des spectateurs

A la billetterie ou à l'entrée

Distribution d'un programme et d'un Alternatives Économiques en même temps que les billets.

Dans la salle de projection

Introduction de la séance

Diffusion de la bande-annonce générale du Festival (ou juste avant la projection)

Introduction par l'animateur

Présentation du contexte

« Selon la FAO, la faim a reculé dans le monde, passant de 868 millions de personnes en 2010 à 842 millions en 2013. Mais elle stagne encore sur le continent africain, où 1 habitant sur 4 souffre encore de la faim. Et elle n'est pas une exclusivité des pays en développement : en France, plus d'un adulte sur dix vit dans un foyer en situation d'insécurité alimentaire pour raisons financières.

Contrairement à une idée reçue, la faim ne résulte pas d'une pénurie de nourriture car la production mondiale est suffisante. Elle est la conséquence de la pauvreté qui prive ses victimes des moyens d'acheter les aliments nécessaires ou d'accéder aux moyens de production (terre, eau, semences, etc.). Paradoxalement, ce sont les paysans, producteurs de nourriture, qui rencontrent le plus de difficultés à se nourrir.

2014 a été déclarée Année internationale de l'agriculture familiale par l'Assemblée Générale de l'Organisation des Nations Unies suite à une initiative de la société civile. Le Festival ALIMENTERRE 2014 s'inscrit dans ce cadre et mettra en débat les modèles agricoles et alimentaires de nos sociétés. »

Présentation du Festival ALIMEN**TERRE**

Ce Festival a pour objectif de nourrir la réflexion et d'alimenter le débat autour de sujets d'actualité liés à l'agriculture et l'alimentation, au Nord et au Sud.
Partout où il a lieu, il consiste en la projection de documentaires suivie de débats avec vous (public) et avec l'éclairage d'intervenants. 6 films ont été choisis cette année dont {titre du film} que nous voyons ensemble ce soir.
{Chiffre communiqué ultérieurement par le CFSI} projections entre le 15 octobre et le 30 novembre dans plus de {idem} villes en France sont organisées.
A {ville ou région de l'organisateur}, {nombre de séances} vous seront proposées.
L'ensemble du programme est disponible sur www.festival-alimenterre.org.

Présentation de votre structure et du CFSI

{Nom de votre structure} que je représente, s'est associée au Comité Français pour la Solidarité Internationale (CFSI), coordinateur national de ce Festival, pour vous proposer cette soirée.
{Nom de votre structure}, c'est …
Le CFSI est une ONG dont la mission est de lutter durablement contre la faim et la pauvreté. Concrètement, le CFSI agit au Sud, avec le soutien de projets de développement. Il agit au Nord avec une action de plaidoyer en direction de nos décideurs et avec des actions d'information et de sensibilisation en direction du grand public, dont ce Festival.

Présentation générale de la soirée

Tout de suite après la projection du film, nous lancerons le débat en présence de nos {nombre} intervenants de ce soir. Il me reste à vous souhaiter une bonne projection et une très bonne soirée.

Projection du film

Pour limiter le risque de mauvaises surprises, la copie du film doit avoir été testée en conditions réelles avant la séance. Le DVD est un support fragile. Lors des séances grand public, l'idéal est d'avoir une copie de secours. Attention à vérifier au préalable la synchronisation avec le projectionniste (projection de la bande annonce, rallumage des lumières, introduction par l'animateur, lancement de la projection, rallumage de la salle…).

Le débat

Voir la fiche suivante sur l'animation de débat.
Le CFSI souhaite également élargir le répertoire des intervenants potentiels. Merci de nous envoyer les noms, missions et coordonnées électroniques de vos intervenants pertinents.

Bilan de la séance et relevé de phrases choc

Comme les années précédentes, nous souhaitons continuer l'expérience du relevé des phrases chocs, issues des débats. Ces phrases sont ensuite réutilisées dans les comptes rendus ou la communication du Festival. Un bénévole est chargé du relevé des « phrases-choc ». Il s'agit de la citation exacte d'un propos d'intervenant ou d'une personne du public. Pour permettre leur utilisation, ces phrases sont à faire valider dès la fin de la séance auprès des personnes concernées.

La fiche de bilan de séance est à envoyer dès le lendemain au CFSI (voir dernière fiche pratique).

Micro-trottoir, photos et petites vidéos

Nous souhaitons vivement cette année récupérer davantage de retours visuels et animés. Pour cela, différentes options sont possibles. Micro-trottoir pour recueillir l'avis de spectateurs après les séances, photos, mini-interviews d'intervenants… L'identification dans votre réseau d'un ou deux bénévoles dédiés, à l'aise sur la réalisation de ce type d'outils, est la principale condition de réussite.

Fin de la séance

C'est l'occasion de rappeler les séances qui suivent (distribution de flyers et/ou programme Festival), de proposer des documents pour aller plus loin (Centre de ressources en ligne ALIMEN**TERRE** www.alimenterre.org, table de documentation avec le tiré à part d'Alternatives Économiques, pétitions liées ou prospectus concernant des solutions locales (AMAP, etc.).

Les expériences de buffet équitable ou soupe paysanne suivant la projection fonctionnent en général très bien et permettent une poursuite du débat jusque sur le trottoir…

L'animation de débats

La place et le rôle de l'animateur-trice

- Ni expert, ni militant, il ou elle doit adopter une posture de distanciation en regard du contenu des échanges et de ses propres préjugés et partis-pris ;
- Il/elle assume un rôle de facilitation dans la mise en place du débat. Il est directif sur la forme mais pas sur le fond ;
- Il/elle affiche une bienveillance sans complaisance à l'égard des intervenants et du public (respect de la parole et de leur capacité à s'exprimer) ;
- Il/elle est responsable de l'atmosphère du débat. S'il vient en aide à un intervenant en difficulté, (relance, reformulation), il « sauve » le débat ;
- Pour se concentrer sur son rôle, il/elle doit être totalement déchargé des autres préoccupations (technique, logistique…) ;
- Appartenant à la structure organisatrice, il/elle introduira plus facilement la manifestation et sa propre structure ;
- A l'inverse, le recrutement d'un animateur extérieur (comme un journaliste) donne plus de « cachet » mais nécessite un « briefing » en amont et une introduction assurée par l'organisateur.

La préparation du débat

Phase fondamentale, elle conditionne la réussite du débat.

Les intervenants et le thème

- L'animateur-trice doit connaitre les intervenants (quels sont leurs travaux, publications, quels positions et arguments ?) ;
- Il/elle échange avec eux (les grandes lignes de leur intervention, les règles du jeu du débat, leur présentation dans les outils de communication) lors d'une discussion informelle, un échange écrit, ou une rencontre collective (ou non) avant la séance ;
- L'intervenant(e) décide lui-même s'il souhaite voir le film au préalable. Les réalisateurs n'assisteront pas à la projection de leurs propres films qu'ils connaissent déjà par cœur. La projection est alors l'occasion d'un temps avec eux ;
- L'animateur doit avoir en tête quelques questions fondamentales à aborder, en lien avec le film et les thèmes de la campagne ;

L'organisation logistique

- La salle doit être dotée au minimum de deux micros (un pour le public, un pour la scène) et de tout l'équipement nécessaire à la projection de films ;
- Plusieurs options d'organisation : des intervenants assis autour d'une table sur une estrade ou non (confort, débat sérieux et formel mais plus de distance avec la salle) des intervenants debout, adossés ou assis sur l'estrade (débat moins formel, ambiance plus décontractée) ou encore assis, sans table ou avec une table basse ;
- L'animateur ne doit pas être collé ni au public ni aux intervenants. Il doit pouvoir prendre du recul, de la distance ;
- Il connaît la salle et le matériel qu'il va manipuler, ce qui le sécurisera ;
- La durée moyenne des débats est comprise entre 1h et 1h30. La réservation de la salle doit être prévue en conséquence sous peine de frustrer le public.

Le déroulement du débat

- En début de séance, l'animateur invite les intervenants à le rejoindre sur l'estrade. Deux options :
  - les intervenants ont 3 minutes chacun pour se présenter et délivrer leurs impressions du film.
  - ou l'animateur présente les intervenants en quelques mots puis donne la parole à la salle.
- Les exposés d'intervenants sont déconseillés (manque de dynamisme, public inactif) ;
- l'animateur donne une série de consignes établissant les règles : organisation de la soirée, temps de parole, questions du public et thème du débat ;
- Il peut lancer sous forme de clin d'œil : « N'oubliez pas de rallumez vos portables en sortant de cette salle… » ;

- Pour lancer le débat avec une salle peu réactive : faire une note d'humour, faire appel à un complice pour poser la première question, poser soi-même (l'animateur) la première question ;
- L'animateur est à l'écoute du public pour ne pas brider le débat. Il laisse les sujets s'enchaîner librement, tout en gardant la possibilité d'ouvrir le débat sur un autre thème encore non traité ;
- Il/elle relance le débat par des questions préparées à l'avance ou des reformulations, il effectue des synthèses intermédiaires ou de transition ;
- Sous peine de perdre sa crédibilité vis-à-vis du public, l'animateur ne doit pas hésiter à couper un intervenant pour lui demander d'être plus synthétique ou à reformuler une intervention peu claire ;
- Il n'hésite pas à reprendre un intervenant s'il ne parle pas distinctement (devoir tendre l'oreille pour écouter un intervenant est très pénible pour les spectateurs) ;
- Pour éviter les allers-retours, surtout avec un public nombreux, grouper les questions 3 par 3 avant de donner aux intervenants le soin d'y répondre est une bonne solution (prévoir dans ce cas papier et crayon pour animateur et intervenants) ;
- L'animateur n'hésite pas à couper un spectateur hors sujet ou monopolisant la parole, en relançant sur une question précise. C'est le rôle que la salle attend de lui, et ce d'autant plus que les règles du débat ont été posées en amont ;
- En fin de débat, l'animateur indique que le temps imparti est écoulé. Il propose une synthèse/conclusion de ce qui a été dit. Il peut aussi demander à chacun des intervenants leur « mot de la fin » ou message clé.

Quelques clés pratiques

L'animateur pratique l'écoute active. Ce faisant, il questionne et reformule :

- Le questionnement : par des questions ouvertes (« Comment se présente selon vous… ? », « Que diriez-vous de… ») ou des questions fermées « Êtes-vous en accord avec ? », « La proposition xxx est-elle pertinente ? » ;
- La reformulation : en reflet, en reprenant le dernier mot d'un intervenant (« Inopportun, c'est-à-dire ? ») ; en faisant un résumé de ce qui a été entendu («Si j'ai bien compris, il vous semble que… »), en relance pour clarifier ou aller plus loin (« C'est-à-dire ? »).
- Comment recentrer le débat ? Par une reformulation synthèse intermédiaire, par une question de relance ;
- Comment aider à approfondir les arguments ? Par une question de relance fermée « pouvez-vous nous en dire un peu plus ? », « que signifie… ? » ;
- Comment « basculer » du pôle intervenant au « pôle public » ? Par une question à l'adresse du public ;
- Comment s'assurer de la compréhension du public ? En lui posant la question clairement : y a-t-il des incompréhensions ? Des désaccords ?

Le cas du public scolaire

- Une séance préparée en amont avec l'enseignant et poursuivie ensuite par un travail sur le thème diminuera la passivité des élèves ;
- Pour stimuler la prise de parole des élèves, quelques idées alternatives à la main levée : La boite à question (les élèves écrivent leurs questions sur des bouts de papier, rassemblés dans une boite, les questions posées sont tirées au sort) ; les groupes de discussion (la classe est répartie en groupes représentés par des rapporteurs qui restituent les idées devant la classe) ;
- Le rassemblement de plusieurs classes pour une séance peut brider encore plus le débat (peur d'être ridicule). Un porte-parole par classe peut être désigné avec des questions qui auront été préparées en amont de la séance.

Boîte à outils sur l'animation de débats

C'est un tableau Excel difficilement insérable dans un fichier Word. Il est disponible en version électronique, lisible et fonctionnelle, en écrivant à : alimenterre@cfsi.asso.fr

Formulaire de bilan de projection

A remplir en ligne à l'adresse suivante après chaque séance organisée entre le 15/10 et le 30/11/2014 :
https://docs.google.com/forms/d/1LTHaeRohVaOZcQ5ijKBd-IcJoLDU4nOeqI-GaKukiYo/viewform

COMMUNIQUER AVEC LES MEDIAS

1- Avant le lancement de la campagne

Annoncez le lancement de la campagne et les actions que vous allez entreprendre en informant les médias de votre programme et du message véhiculé dans le cadre de la campagne : envoi de communiqués de presse (CP) et du dossier de presse (DP). Vous pouvez vous baser sur le Manuel de campagne pour les réaliser.

Deux objectifs : annoncer vos actions par voie de presse (simple) et obtenir une couverture médiatique de vos manifestations (plus ardu).

Le communiqué de presse (CP)

S'il n'existe pas de norme rigide de présentation d'un CP, il y a en revanche quelques règles à respecter.

- Il doit être court (pas plus d'une page) et sa présentation doit être sobre et claire.
- Laissez des marges suffisantes et un interligne minimum d'1 ½ pour faciliter la prise de notes.
- Il doit comporter un titre accrocheur et un sous-titre explicite.
- Présentez judicieusement l'information en mettant en avant ce qui est le plus susceptible d'intéresser les journalistes (intervenant de qualité, invité « de marque », originalité de la manifestation…).
- Votre communiqué doit ressembler à une pyramide inversée. Placez le message principal au tout début du CP. Ce premier paragraphe est le plus important. Il doit impérativement répondre brièvement aux questions : QUI ? QUAND ? QUOI ? Où ? POURQUOI ou COMMENT ?
- Les paragraphes suivants, le corps du communiqué, doivent développer les éléments avancés dans le 1er paragraphe. Là aussi, il s'agit de les placer dans l'ordre décroissant, une idée principale pour chaque paragraphe. Le dernier paragraphe sert généralement aux renseignements généraux.
- Assurez-vous de n'avoir oublié aucun renseignement (lieu, adresse, dates et horaires, nom et coordonnées de la structure) et indiquez un contact presse aisément joignable (pas d'inquiétude pour votre numéro de téléphone ou toute autre information personnelle : les journalistes savent qu'ils ne doivent pas les diffuser, à moins qu'ils ne soient inclus dans le corps du communiqué).
- Et surtout, révisez plusieurs fois votre CP avant de l'envoyer. Rien ne semble aussi peu professionnel que les fautes d'orthographe ou de grammaire !

Constituer un fichier presse

Faîtes en premier lieu un choix des médias susceptibles de relayer vos informations : presse hebdomadaire et quotidienne régionale, magazines et bulletins municipaux, radios et télévisions locales ou nationales disposant d'un décrochage local, presse spécialisée, mais également sites Internet d'information locale ou spécialisée (sans oublier les blogs et forums).

Recherchez ensuite précisément les noms et coordonnées des journalistes que vos actions intéresseront. Vous les trouverez sur les sites Internet des publications, dans les ours1 des journaux ou tout simplement en contactant les standards des rédactions. Certes fastidieuse, cette étape est inévitable car, sans destinataire précis, même le meilleur des communiqués se retrouvera à la corbeille.

Veillez enfin à capitaliser vos recherches : instaurer des relations régulières avec la presse et mettez régulièrement à jour votre fichier pour bâtir des relations presse sur le long terme (et gagner du temps les prochaines fois !).

Bien communiquer avec la presse, c'est bien la connaître : type de journaux, rubriques, ton, centres d'intérêt des journalistes, organisation de la rédaction et délais de bouclage. Pour cibler au mieux les journalistes et les supports, une règle d'or : lire, regarder ou écouter souvent, attentivement et compulsivement les médias dans lesquels vous souhaitez voir vos informations relayées.

[1] Petit pavé situé généralement au début d'un ouvrage, qui recense les noms et adresses de l'éditeur et de l'imprimeur, et le nom des collaborateurs ayant participé à la fabrication de l'imprimé.

Quelques règles pour l'envoi d'un communiqué

Inutile d'inonder les rédactions, il vaut mieux cibler intelligemment en gardant à l'esprit ce principe : « une information à communiquer, une cible à toucher, un média à utiliser ».

Tenez compte des délais de bouclage et imposez-vous un planning rigoureux pour votre communication, sous peine de n'avoir aucun retour. Ces délais sont relatifs à la périodicité : bouclage la veille dans les quotidiens, une semaine avant dans les hebdomadaires, souvent près de deux mois avant dans les mensuels. La méthode la plus simple et la plus efficace est de procéder par vague : deux à trois mois avant la manifestation, envoi général d'un CP (+ éventuel DP) ; un mois avant, 1ère relance auprès des hebdomadaires et quotidiens avec CP et DP actualisés ; au plus tard à J-10, 2e relance auprès des quotidiens, avec un 3e CP.

Pour des raisons d'organisation des médias, un communiqué envoyé tôt le matin a plus de chances de retenir l'attention que s'il est envoyé en fin d'après-midi. Après avoir envoyé votre CP, assurez-vous toujours qu'il est bien arrivé à destination par un coup de fil bref et direct.

Travaillez en partenariat avec quelques médias ciblés (de préférence ceux dont l'audience est significative) :

- Négociez un espace publicitaire à titre gracieux en échange d'une visibilité sur votre événement (faite valoir les succès obtenus lors de précédentes éditions en termes de fréquentation, de retombées presse, etc.) ;
- Fournissez les informations nécessaires et suffisantes pour la rédaction d'un article de fond ou d'un dossier (documents, iconographie - en veillant à une résolution d'image suffisante, contacts…), pour la réalisation d'une interview (CV, éventuellement photo - en veillant toujours à la qualité de l'image)…
- Insistez auprès des journalistes pour qu'ils mentionnent la possibilité de trouver davantage d'informations auprès de votre pôle, ou bien sur le site Internet du CFSI.

2- Le jour « J » : organisez une conférence de presse

(avec le partenaire du Sud, s'il est présent).

Quelques conseils

La date

vérifiez qu'il n'y a pas d'autre événement susceptible de mobiliser les invités. Les week-ends et les vacances scolaires sont à proscrire, les lundis et les vendredis à éviter.

L'horaire

Optez pour un petit déjeuner, un déjeuner (qui débuterait vers 11h30), un goûter (16h) ou un rendez-vous en soirée (après 20h). L'objectif : combiner la présentation avec une collation pour éviter au journaliste de perdre trop de temps.

Le lieu

Si possible, choisissez une salle facile d'accès et attractive, où les journalistes n'ont pas l'habitude d'aller et qui peut susciter leur curiosité. Le lieu doit rester en adéquation avec le thème de la conférence.

Les invitations

Envoyez-les, de préférence par courrier (plus qualitatif et personnalisé), entre quinze jours et un mois avant la date prévue et pensez à relancer par téléphone deux à trois jours avant la conférence. L'invitation doit être claire et comprendre les points suivants : thème, horaires de début et de fin, lieu et accès, déroulement, talon d'inscription et contact presse.

Le jour « J »

1 heure est la durée idéale d'une conférence de presse. Prévoyez entre 30 et 45 minutes pour la présentation et 15 à 20 minutes pour les questions-réponses. Pensez aux supports d'information (communiqué et dossier de presse, visuels, supports de communication, discours et biographie des intervenants, etc.) que vous distribuerez de préférence en fin de conférence.

Après la conférence
Envoyez le dossier de presse aux journalistes qui n'ont pu être présents. Même s'ils ont manqué la rencontre, ils peuvent parler de votre actualité dans leur média ...

3- Jusqu'à la clôture de la campagne

Annoncez les autres actions que vous entreprendrez en relançant la presse par de nouveaux communiqués.

4- A la fin de la campagne

Adressez un communiqué de presse dressant le bilan de la campagne. Pensez à constituer une revue de presse. Représentative de la qualité des actions, elle reste un outil efficace de persuasion, notamment pour démarcher des partenaires.

5- Remontées d'informations au CFSI

Le CFSI ne bénéficie plus d'Argus de la presse en 2014 pour des raisons budgétaires. Il est donc indispensable d'envoyer tous vos articles de presse, émissions de radio ou télévision (liens), afin de mesurer l'étendue des retombées média au niveau national.

Merci d'avance !

LA CHARTE GRAPHIQUE D'ALIMENTERRE

Outils et éléments de communication mis à disposition

- Sur le site www.festival-alimenterre.org/medias : vous trouverez les « produits finis » (affiche, programme, dépliant, flyers, bannières) en basse définition ;

- Sur https://onedrive.live.com/?cid=0F1651F14E91EE0E&id=F1651F14E91EE0E!1094, vous trouverez :
  - les « produits finis » précités en pdf haute définition ;
  - les photos des films de l'édition 2014 ;
  - les logos du CFSI, des partenaires, de la campagne et du Festival ;
  - le visuel 2014 du Festival, le visuel de la campagne (assiette) ;
  - la notice d'utilisation du site internet du Festival.

Conception de vos propres supports

Si vous êtes amenés à concevoir vos propres supports de communication en lien avec la campagne ou le Festival ALIMEN**TERRE**, merci de respecter les points suivants.

1- Toute communication doit comprendre :

- votre logo, le logo du CFSI et le logo ALIMEN**TERRE** (l'espace entre les trois logos ne doit pas être inférieur à 5mm).

Les logos du CFSI, de la campagne ALIMEN**TERRE** et du Festival ALIMEN**TERRE** ne peuvent être ni transformés, ni modifiés. Leur taille ne peut être modifiée que de façon homothétique.

- la mention suivante :

Quand il s'agit d'un support lié à la campagne ALIMEN**TERRE** :
Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et de [nom de votre organisation], elles ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement.

Quand il s'agit d'un support lié au Festival de films ALIMEN**TERRE** :
Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et de [nom de votre organisation], elles ne représentent pas nécessairement celles de l'Agence Française de Développement et de la Fondation Léa Nature Jardin Bio.

Pour ces deux mentions obligatoires, l'utilisation de la police helvetica en caractère 6 minimum est préconisée.

2- Les visuels de la campagne ALIMENTERRE et du Festival de films ALIMENTERRE 2014 ne sauraient subir aucune modification sans l'accord préalable du CFSI.

Pour toute demande spécifique, contacter Marie Caye communication@cfsi.asso.fr

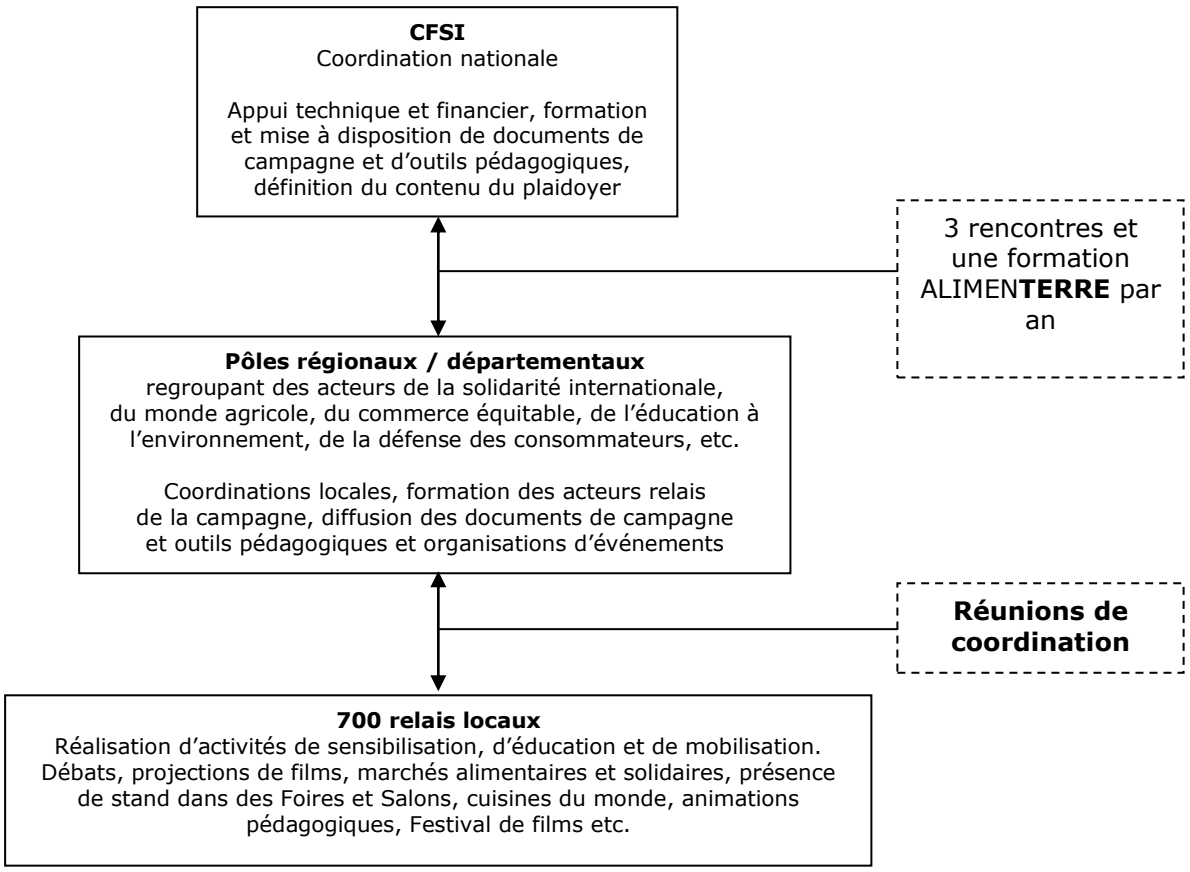
3- Le terme ALIMENTERRE doit être utilisé de la manière suivante :

Typographie
La police utilisée est : helvetica condensed light et helvetica condensed black. ALIMENTERRE est obligatoirement écrit en majuscule, avec le "terre" en helvetica condensed black.

Couleur
Selon le fond utilisé, ALIMEN**TERRE** sera écrit en blanc ou en marron (référence ci-dessous).
CMJN = 55 / 65 / 68 / 60
RVB = 70 / 41 /33
Pantone = 476C
Correspondance web = 462921

L'ORGANISATION DU RESEAU ALIMENTERRE

Coordonnée par le CFSI, la campagne ALIMEN**TERRE** rassemble plus de 700 organisations, réunies autour de pôles régionaux/départementaux ou relais locaux. Des représentants des principaux pôles se réunissent quatre fois par an pour échanger des savoir-faire en termes d'animation, assurer un retour sur le déroulement de la campagne sur le terrain et participer à la réflexion sur l'élaboration des nouvelles campagnes ALIMEN**TERRE**.


CFSI
Coordination nationale
Appui technique et financier, formation et mise à disposition de documents de campagne et d'outils pédagogiques, définition du contenu du plaidoyer
3 rencontres et une formation ALIMENTERRE par an
Pôles régionaux / départementaux
regroupant des acteurs de la solidarité internationale, du monde agricole, du commerce équitable, de l'éducation à l'environnement, de la défense des consommateurs, etc.
Coordinations locales, formation des acteurs relais de la campagne, diffusion des documents de campagne et outils pédagogiques et organisations d'événements
Réunions de coordination
700 relais locaux
Réalisation d'activités de sensibilisation, d'éducation et de mobilisation. Débats, projections de films, marchés alimentaires et solidaires, présence de stand dans des Foires et Salons, cuisines du monde, animations pédagogiques, Festival de films etc.

La mobilisation des pôles régionaux et relais locaux se traduit par une adhésion aux axes de la campagne ALIMEN**TERRE** et un engagement à porter l'argumentaire de campagne et ses revendications à la connaissance du public visé, lors des manifestations ou événements organisés. Les pôles et relais doivent garantir la bonne assimilation du discours par les membres de leur réseau et être attentifs à la façon dont ceux-ci le restituent au grand public. Si la diversité des acteurs engagés au niveau local est une force, elle ne doit pas nuire à l'homogénéité du propos. Le fil conducteur reste la lutte contre la faim et la promotion de la souveraineté alimentaire par le soutien d'une agriculture familiale viable et durable.

L'engagement des pôles et relais se concrétise également par la définition d'objectifs : un programme d'actions (nombre, nature et lieu des actions, structure mobilisée, public attendu), un nombre d'organisations locales mobilisées. Il est important de prévoir un dispositif d'évaluation de la fréquentation des activités et de sensibiliser l'ensemble des militants à son intérêt. Il permet de renseigner plus précisément le bilan d'activités.

Maillon indispensable de ce dispositif national : l'échange d'information et de pratiques !

L'EQUIPE ALIMENTERRE AU CFSI

Anne-Françoise TAISNE
Déléguée Générale Adjointe
Coordination équipe ALIMENTERRE
Pascal ERARD
Responsable de plaidoyer institutionnel
Mission de plaidoyer sur la cohérence des politiques européennes
Mathilde BONNARD
Responsable Publics et Réseaux
Suivi des pôles et relais
Contact pour la campagne et le Festival de films ALIMENTERRE
01 44 83 88 56
Marie CAYE
Chargée de communication
Développement et suivi des outils de communication et du site internet CFSI
01 44 83 88 53
Hélène BASQUIN
Responsable du Centre de Ressources (CDR) et capitalisation
Animation du Centre de Ressources internet www.alimenterre.org

Bonne campagne !